トップコミットメント

グローバル企業としての社会的責任を果たしながら、スポーツを快適に楽しめる製品・サービスを提供していきます。

創業哲学をベースに、より高い企業価値を追求

アシックスグループの全社経営戦略「アシックス・チャレンジ・プラン（ACP）」には、アシックスの創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」が明記されています。これは創業者である故鬼塚喜八郎が残したこの言葉を、私も含めアシックスの全従業員が今一度胸に刻み、アシックスの一員であることに誇りをもって仕事に取り組んでいこうと、全社に向けてメッセージを発したものです。この創業哲学を踏まえて、グローバル企業としての社会的責任をしっかりと果たしながら、お客様がスポーツを快適に楽しめる製品・サービスを提供し、より高い企業価値を持つ企業として成長していきたいと考えています。

CSRは、事業を継続するうえでの必須条件

アシックスヨーロッパB.V.の社長を務めていた時代に印象に残る体験をしました。不正な労働条件を強いる企業を糾弾する運動が2004年に欧米のNGO（非政府組織）を中心に展開され、「生産委託先の工場で労働者への人権侵害が行われている」として、他のスポーツ用品メーカーとともにリストアップされたことがあったのです。ただちに調査した結果、指摘されたような事実はないことが判明し、このことを粘り強く説明して誤解は解消されました。この経験から、CSRの円滑な遂行には、経営トップがリーダーシップを持ち、なおかつ専任部署が中心となって当たることが必要であると痛感し、コンプライアンス（法令順守）を主眼においたCSR担当部署の設置を本社に願い出ました。それが現在の法務部CSR推進チームです。また、この出来事を契機に、労働団体やNPO（非営利組織）の協力を得ながら、生産委託先での労働環境をチェックする仕組みの構築に取り組んでいます。

労働問題に限らず、企業が事業を展開するうえで不正を行わず、反社会的な行為をしないのは、ごく当たり前のことです。しかし、その当たり前のことがサプライチェーン（供給連鎖）の隅々まで徹底されていることを確認し、更にそのことを第三者に証明することは大変労力のかかることです。しかし、このような確認や証明といった作業を適正に、円滑に実行することは、グローバル企業である当社が事業を継続するための必須条件です。このことを真に理解するうえで、個人的にも貴重な経験ができたと考えています。

本業を果たしながらCSRに取り組む

「CSR」は「企業の社会的責任」と一般的に解釈されています。アシックスは付加価値の高い製品・サービスを提供するという本業を全うすることがCSRの基本であると考えています。そして本業を通じたCSR活動での優先課題を明確にして取り組んでいます。（→4ページ参照）

例えば、環境面から見た製品の品質は気になる課題です。環境への負荷を低減したクリーンな製品作りや製品のリサイクル性を高める対策について、研究開発を現在進めているところです。安全面や製品面の品質を犠牲にせずに製品の環境面での価値を高めていく試みと努力をこれからも続けます。

また従業員のモチベーションが低い組織ではCSRの取り組みもなかなか進まないでしょう。従業員の努力や実績に対する評価を公明正大にして、従業員満足度を向上させていくことも大きな課題であると認識しています。

ステークホルダーの皆様の満足度向上を目指して

私たちは「アシックス」というブランドを持つメーカーであり、お客様の望むものを作り出すことが使命です。ものづくりにおいては、お客様のご要望をよく聞くとともに、科学的な検証を行うことを重視しています。

また、創業者の鬼塚が「企業は社会の公器である」と明言したように、私たちはお客様を始め株主・投資家、取引先、行政、学識経験者、地域の方々など、様々なステークホルダーの皆様に支えられて事業を展開しています。このことを肝に銘じ、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを大切にして、よりご満足いただける企業活動を展開したいと考えています。

本レポートをご一読いただき、アシックスの活動についてご意見を賜りたく思います。

これからも温かくご支援下さいますようお願い申し上げます。

代表取締役社長
尾山基

index

トップコミットメント ……01

CSRの基本的な考え方
アシックスの考えるCSR ……03

安全品質と顧客満足
アシックスの製品安全理念 ……05
品質管理の推進体制 ……07

コーポレート・ガバナンス
コーポレート・ガバナンス体制の概要 ……09
内部統制システム ……09
スピークアップライン ……11
危機管理体制 ……11
適時開示体制 ……11

個人情報管理
個人情報管理の基本的な考え方 ……12
アシックス個人情報管理方針 ……12

サプライチェーン管理
海外委託先の現状を調査 ……13
アシックスへの提言と期待 ……15

環境保全
環境マネジメント ……17
環境配慮型商品の研究・開発 ……18
環境保全活動 ……21

社会貢献 ……23

従業員満足
各種制度の整備 ……27
健康管理 ……29

当社のCSR経営を振り返る ……31

事業概要
経営・財務指標 ……33

編集後記 ……34

別添「アシックスCSRレポート2007」に対するご意見

会 社 概 要 （2008年3月31日現在）

資本金　239億72百万円
従業員　1,254人（連結:4,894人）
事業所
本社（神戸市）※
支社:関東（東京都墨田区）・関西（尼崎市）
研究所・研修所:スポーツ工学研究所（神戸市）※
海外駐在員事務所:広州（中国）・台湾
子会社及び関連会社
国内:21社
海外:21社　（アメリカ・ヨーロッパ・オーストラリア・中国・台湾ほか）
※の事業所はISO14001認証を取得しています。

アシックスホームページ
日本　http://www.asics.co.jp/
グローバル　http://www.asics.com/index.html

本業である「ものづくり」をしっかりと全うすること

アシックスの製品を使ってくださるお客様のためにアシックスは存在します。
メーカーとして自信を持ってお薦めできる商品を作ることが私たちの使命です。

アシックスの考えるCSR

お使いいただく方々にとって価値のある製品・サービスを提供することが我々アシックスに出来る社会貢献だと考えています。

お客様の求めるものを徹底して追求し、スポーツをする選手や健康を願う人々の思いに役立つことが使命です。

創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」から導き出された理念とビジョンに基づき、スポーツ用品メーカーとして本業である「ものづくり」に真摯（しんし）に取り組んでいます。そして、本業を通じたCSR活動での優先課題を明確にして、あるべき姿を目指しています。

創業哲学と密接に結びついた企業活動を展開

アシックスの企業活動の基本姿勢

創業哲学

「健全な身体に健全な精神があれかし
— “Anima Sana In Corpore Sano”」

アシックスの理念

一、すべてのお客様に価値ある製品・サービスを提供する
二、私たちを取り巻く環境をまもり、世界の人々とその社会に貢献する
三、健全なサービスによる利益を、アシックスを支えてくださる株主、地域社会、従業員に還元する
四、個人の尊厳を尊重した自由で公正な規律あるアシックスを実現する

アシックスのビジョン（目指すべき姿）

「スポーツ・健康・快適ライフを創造する
世界ナンバーワン企業」

■ 社名の由来

アシックスは、1949年に創業者の故鬼塚喜八郎が、スポーツを通じて青少年を健全に育成することを願い、スポーツシューズの企業を神戸に創業したことに始まります。

紀元２世紀の初め、ローマの風刺作家ユベナリスが「もし神に祈るならば、健全な身体に健全な精神があれかし、と祈るべきだ」との名句を残しました。

原典では「精神」は「Mens」で表現されていますが、「躍動する精神」という、より動的な意味をもつ「Anima」に置きかえ、“Anima Sana In Corpore Sano”とし、この言葉の頭文字をとって当社の社名としました。

課題を明確にして取り組む

CSRの優先課題

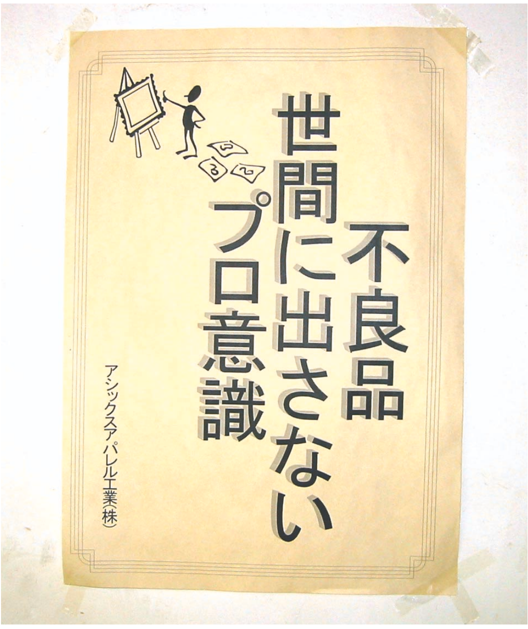
安全な製品の提供により、顧客満足の向上に努めています

製品の安全がより強く求められる中、お客様に安全かつ快適にお使いいただくため、
企画から開発、設計、生産、出荷まで、徹底した品質管理を行っています。

アシックスの製品安全理念

アシックスは、製品安全・品質管理をメーカーの普遍的責務であるととらえ、その基本姿勢を「アシックス製品安全理念」として明文化しています。

また、生産工場でも、製品安全意識の向上を図る取り組みをしています。



生産工場内に掲示した
「意識向上」を図る啓発ポスター

アシックス　製品安全理念（抜粋）

1. アシックスは「安全な製品以外は市場に出さない」という強い信念で製品化を行い、社業のゆるぎない発展をめざす。
2. アシックスは提供する製品に関して、人の生命、身体または財産の安全確保のための「製品安全」を限りなく追求する。
3. アシックスは最終製品だけでなく、生産・流通・保管等の各段階に携わる人々・法人の生命、身体または財産の安全性の確保においても社会的責務を果たす。
4. アシックスは製品の欠陥による損害賠償事故が生じた場合、当社側の責任については誠意をもって速やかに被害者救済を行い、再発防止に努める。

製品安全への取り組みが評価

経済産業省「製品安全対策企業表彰」

当社は、2007年製品安全対策優良企業の銀賞を受賞しました。この表彰制度は、製品安全に対して積極的で、消費者からも高く評価された企業の自主的取り組みについて、「製品安全文化」の定着に向けた観点から審査し、「製品安全対策優良企業」として表彰するものです。

主な受賞理由は、販売、製造、スタッフ全社員に不具合品を展示する「品質情報展」を開催し、製品安全に関する意識向上を図っていること、また材料の検討、製品などの評価、苦情の分析・再発防止などを基礎研究と並行して行う「スポーツ工学研究所」を運営していることなどです。

Product Safety
2007
製品安全対策優良企業

「製品安全対策優良企業」ロゴマーク
製品（Product）の「P」と安全（Safety）の「S」を表し、四角（製品、安全）を、葉（人の手、企業）で包むように大切にしているということを表現しており、「製品安全対策優良企業」のみ、決定後2年間このロゴを使用することができます。

■ 品質情報展の開催

「商品不具合への理解と対応のレベルを向上させる」「お客様への告知のレベルを向上させる」「お客様の声を改善につなげた例を社員にフィードバックする」。

これらを目的に品質情報展を2003年から実施しています。年2回、2007年で10回を数え、本社だけではなく、各事業所、自社グループ工場のほか、必要に応じて海外でも開催しています。2007年は不具合品の展示だけではなく、商品下げ札（タグ）の改善例も展示しました。

山陰アシックス工業（株）での品質情報展

営業担当者の来場率が向上しており、「もっとお客様の思いを知りたい」という声も上がるようになりました。

今後は、「お申し出への対応力の向上」「当社のグローバル化に合わせたお客様対応のあり方の検討」にも取り組んでいきます。

担当者の声

山陰アシックス工業（株）　安田　憲三

当社は毎月全社員を対象にお申し出品展示会を開催し、社員各人の品質意識の向上を図っています。また、年2回は本社主催の品質情報展と共催しています。いろいろな不具合を見ることができ、特に品質に対するお客様の目が多様化して年々厳しくなっていることを認識する上でよい機会だととらえています。今後も品質情報展を、製造工場としてお客様の品質に対するニーズをいち早く得る機会にしていきたいと考えています。

市場のお客様の目が厳しいことは当然ですが、アシックスの商品を愛用していただくお客様を裏切らないよう、品質向上に日々努めていきます。

■ スポーツ工学研究所の運営

スポーツ工学研究所では、製品の素材及び機能の開発に向けての研究のほか、素材や製品の評価及び不具合の再発防止に向けた研究も行っています。

担当者の声

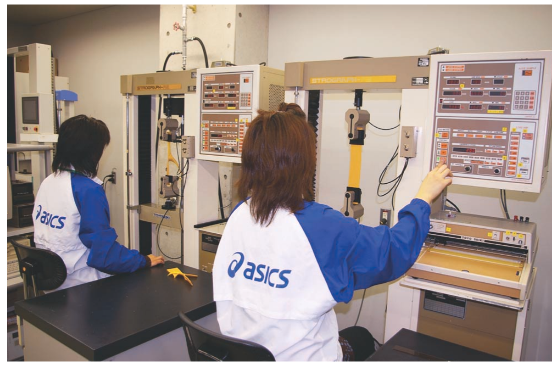
品質評価試験チーム　尾崎　明文

今回の受賞は、必要と思われることを当たり前に継続してきた普段の製品安全業務が評価されたものですので、うれしく思います。

これをきっかけに、社員の品質に対する意識が更に高まると思います。今後もチーム全員で、当たり前のことを当たり前に進める大切さを共有していきたいですね。

「良いものを安心してお使いいただけるように」を心掛け、企画開発部門が生み出した「良いもの」を製造現場で問題なく生産するための仕組み作りや、問題点をチェックし、そしてすばやく対応し解決するシステム作りをしています。

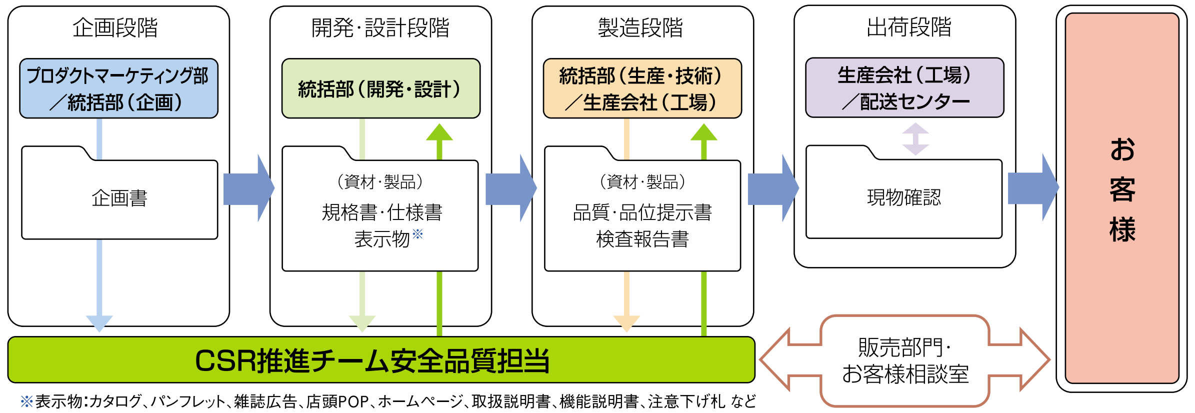
常に脚光を浴びるというような仕事ではありませんが、こつこつと継続することで今回の評価につながりました。


スポーツ工学研究所での素材試験

品質管理の推進体制

企画から出荷までのチェックで製品安全に取り組む

製品安全審査フロー



※表示物：カタログ、パンフレット、雑誌広告、店頭POP、ホームページ、取扱説明書、機能説明書、注意下げ札 など

●資材・製品の安全性・品質に関しては、法規制、業界基準、自社基準に定められた試験実施の確認、その判定結果に基づく指導・提案を行っています。
また、有害化学物質に対する独自の管理基準を定めて運用を進める一方、製品安全審査の一環として一部商品のモニタリングも行っています。

■ 品質管理の実施

メーカーにとってお客様に安全かつ快適に商品をお使いいただくことは、最も重要なことです。商品企画から開発、設計、製造、品質管理を経て出荷されるまでの主な段階で、製品安全・品質向上対策の適合状況及び商品・広告宣伝物などの表示について、上のフローチャートに基づく製品安全（製造物責任）審査を実施しています。

■ 商品に関する表示・説明、広告

幅広い世代のお客様にお使いいただく商品や競技用の商品は、誤って使用されない配慮が重要です。お客様に正しく安全に商品をお使いいただけるように、資材調達から廃棄までの工程に関連する部署が情報を共有・連携し、適正で分かりやすい取扱説明書やカタログの制作、広告表現を心掛けています。

グローバル化に応じた環境配慮として

有害化学物質管理

日本の「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律（化審法）」、欧州を中心としたREACH規制・RoHS指令、中国RoHS、韓国RoHS/ELV/WEEEと、有害化学物質の地球規模での管理が進み、環境に関する規制も厳しくなっています。

特にREACH規制は、これまでの化学物質管理の方法では人の健康と環境を十分に守ることができないとの認識から、予防原則を基に既存制度を根本的に見直して策定されており、人の健康被害の防止に加え、動植物の生育、生息への影響をも防止するよう対象が広がっています。

当社は、「アシックス環境方針」に基づき、製品の化学物質の管理・運用に関する「有害化学物質ガイドライン」を制定。法規制と環境アセスメントに基づいて化学物質を禁止物質、制限物質、管理物質の3つの管理ランクに区分し、その管理基準に従い製造委託取引先に管理・運用を求めています。また、RoHS指令での特定有害化学物質の使用制限は、電子・電気機器製品を対象にしたものですが、当社は本来該当しないスポーツ用品にも適用すべきであると認識し、対応しています。今後も法規制や環境の変化に合わせて、随時ガイドラインを改訂していきます。

窓口からトップまでの情報共有を実現

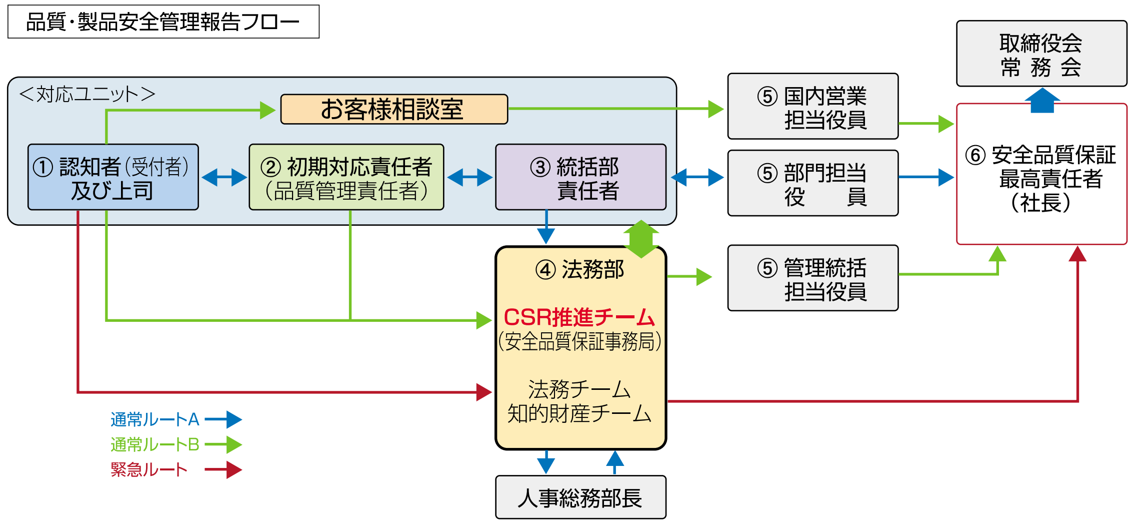
事故（不具合・不良）情報伝達フロー

お客様からの不具合、不良、事故のお申し出の発生は一事業部門のみの問題ではありません。事象のリスクレベルによってはアシックスグループ全体の経営品質を著しく低下させ、事業活動に重大な危機をもたらす場合があると認識しています。

不具合、不良、事故が発生した場合、及びその可能性が予測される場合に、アシックスはお客様の安全を第一と考え、被害拡大や再発を防止することで、メーカーとしての責務を全うするよう努めています。また、それによって会社損失の最小化も図っています。

アシックスはそれら事故（不具合・不良）発生の事実を自社の「危機管理規程」に従い、以下のフローに沿って正確かつ迅速に経営の中枢に伝達するようにしています。

品質・製品安全管理報告フロー



業界としての消費者啓発への取り組み

より長く水着をお使いいただくために スポーツ用品メーカー4社合同で『スイムウエア・ガイドブック』新版を発行

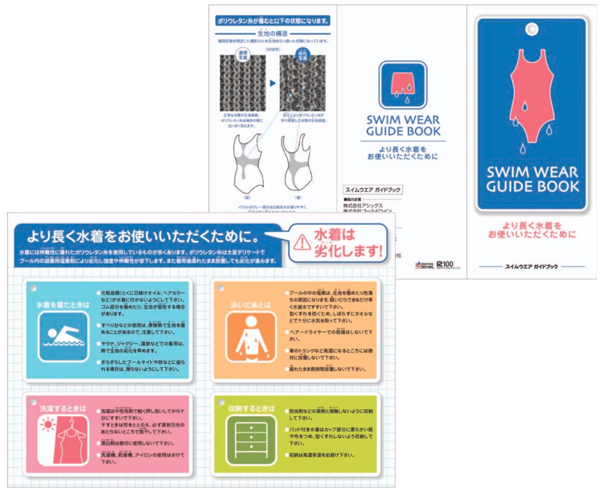
水着の多く（特に競泳用）は、そのフィット性を高めるためポリウレタン弾性繊維が使用されています。

この繊維は、加水分解による劣化が起こりやすい非常に繊細な繊維です。その耐久性は取り扱いの適否によって大きく左右されるため、お客様への詳しいメンテナンス情報の提供は極めて重要です。

アシックスは、他のスポーツ用品メーカー3社と協力し、お客様にそれら水着の正しいお取り扱い方法をご理解いただくために、生地の特性やお手入れ方法を解説した「スイムウエア・ガイドブック」80万部を発行しました。

このような啓発パンフレットの配布は、リスクマネジメントに業界内が協働して取り組み、顧客満足度を高めた成功例として、これまでも消費者団体などから評価されてきました。

今後も引き続き、品質・安全性に関する共通課題の解決に向けて業界内で協議していきます。



健全で透明性の高い経営に努めています

企業価値を継続的に高め、すべてのステークホルダーから信頼されるために、アシックス行動規範、アシックス自主行動基準の適切な運用やコンプライアンス施策の強化などにより、コーポレート・ガバナンスの充実を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制の概要

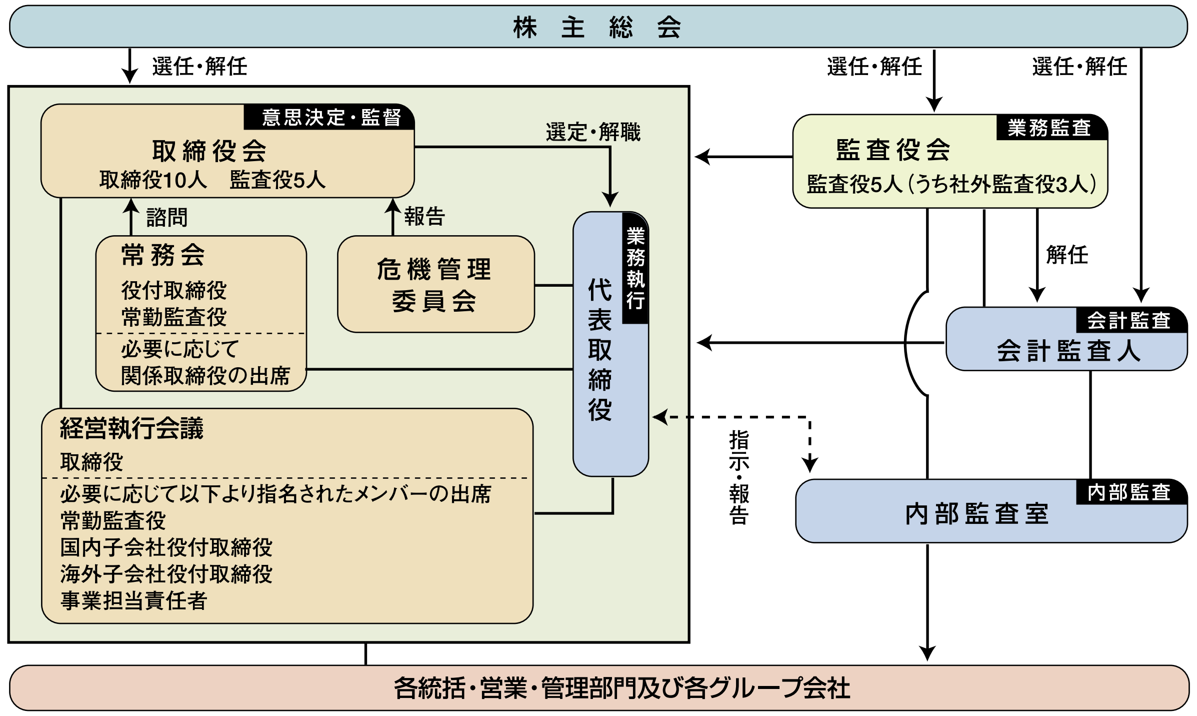
アシックスは、重要な意思決定事項については、株主総会で選任された取締役で構成される取締役会に付議または報告することを、取締役会規程及びその他関連規程に定めています。また、取締役会の決議事項その他重要事項の事前審議を行うため、常務会を設置しています。

当社グループの全社経営戦略にかかわる重要事項の検討・決定と業務執行状況の報告を行うため、経営執行会議、国内営業統括会議及び拡大経営執行会議をそれぞれ四半期に1回、グローバル経営執行会議を年に3回開催しています。それら会議は、取締役、監査役、各統括部門・各販売部門責任者及び各子会社取締役などが適宜出席しています。

当社は監査役会設置会社であり、監査役5人のうち3人が社外監査役です。監査役は、毎月開催される取締役会及び監査役会に出席するほか、必要に応じて取締役との会合を持ち、また、重要書類、データベースの閲覧などにより経営全般に関する情報を収集しています。

監査役は、内部監査部門に所属する使用人に、監査業務に必要な事項を命令することができます。また、監査役と内部監査部門は、監査に必要な情報の交換を行っています。なお、監査業務を行う使用人は、その命令の範囲に属する業務に関して取締役の指揮命令を受けないこととし、人事異動・人事考課・懲戒処分は、監査役会の事前の同意を得るものとしています。

コーポレート・ガバナンス体制



内部統制システム

アシックスは、創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」に基づく理念及びビジョン（3ページ参照）に沿って事業運営をしています。

内部統制システムについても、これらの基本的な精神を根底に置いて構築しています。

また、「アシックス行動規範」、「アシックス自主行動基準」の徹底を図るため、コンプライアンス担当部署を置いています。同部署がコンプライアンスへの取り組みを総合的、横断的に統括し、役員及び使用人の適正な業務運営を補佐するとともに、研修などを通した教育、指導を行っています。

企業行動のあるべき姿を規定

アシックス行動規範

当社は、経営の基本的な考え方である「創業の哲学」、「アシックスの理念」、「アシックスのビジョン」を基に、「アシックス行動規範」を制定しています。企業及び役員や使用人一人ひとりの行動規範を、主に順法活動及び企業倫理の観点から定めたもので、すべての人々から受け入れられ尊敬される企業行動の基本姿勢を示しています。

アシックス行動規範

1.趣旨および適用範囲

「アシックス行動規範」（以下「規範」という）は、当社のすべての役員（これに準ずる者を含む）および従業員（以下「私たち」という）が、当社のもつ社会的責任を深く自覚し、あらゆる企業活動の場面において関係法令の遵守を徹底し、社会倫理に適合した行動をとることが当社の健全な発展のために不可欠であるとの認識の下に、私たちが日常の業務遂行において遵守すべき事項を定めるものとします。

2.基本姿勢

1.私たちは、あらゆる企業活動において、法令や国際ルールとそれらの精神およびこの規範を始めとする社内規程を遵守し、グループとしての企業活動が正しく営まれ、社会倫理に適合したものとなるよう努めます。
2.私たちは、あらゆる企業活動において、すべての人の基本的人権を尊重し、人種、民族、国籍、宗教、性別、年齢または障害の有無などの理由による差別や個人の尊厳を傷つける行為を行いません。
3.私たちは、情報の適切な開示に努め、当社と利害関係をもつすべての者との間で公平・公正かつ透明な関係を維持し、公正な取引を行います。
4.私たちは、会社の正当な利益に反する行為または会社の信用、名誉を毀損するような行為を一切行いません。
5.私たちは、豊かな自然と共存し、地球環境や天然資源を守るために、環境と安全に配慮した企業活動を行います。

3.規範遵守の責任

1.私たちは、この規範に定める事項を誠実に実行します。
2.役員は担当する部門のすべての従業員を、また管理する立場にある従業員はその管理する従業員を、率先垂範の上で従業員がこの規範を遵守するよう指導、監督します。
3.この規範に従った企業行動の実施のため、グループ内の関係各部門は社内規程・行動マニュアルの制定、具体的な遵守事項の周知徹底、助言、指導その他必要な活動を展開します。
4.この規範に反するような事態が発生したときは、経営トップが自ら問題解決にあたり、原因究明、再発防止に努めます。
5.私たちは、企業と企業に属する私たち自身が社会からの信用と信頼から成り立っている事を心に留め、その責務を果たします。

21項目からなる行動基準を順守

アシックス自主行動基準

アシックスは、行動規範を具体化させた自主行動基準を制定し、役員及び使用人への周知を徹底し、順守を求めています。

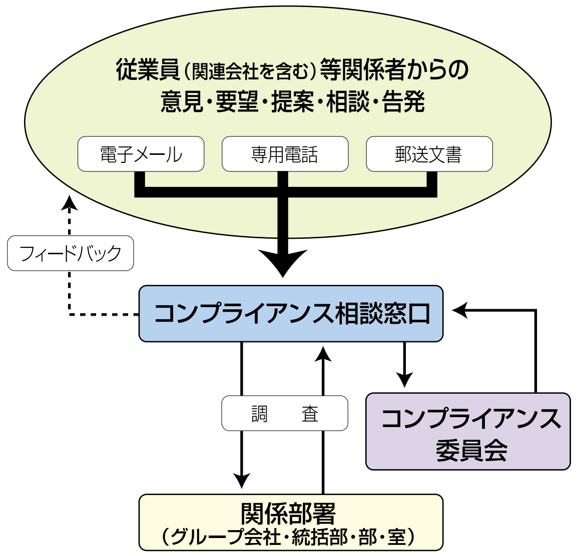
アシックス自主行動基準項目

1）お客様への誠実な対応　2）品質管理の徹底
3）商品に関する適正な表示・説明、広告　4）公正・公平な取引の実行
5）節度ある接待・贈答の順守　6）反社会的勢力との関係の断絶
7）適切な広報活動の実施　8）情報の適時・適切な開示
9）インサイダー取引の禁止　10）守秘義務の順守　11）会社財産の保護
12）知的財産権の保護・尊重　13）責任ある業務遂行　14）公私の峻別（しゅんべつ）
15）健全かつ安全な職場の維持　16）人権の尊重　17）プライバシーの保護
18）セクシュアル・ハラスメントの禁止
19）海外での法令順守、風習・習慣・文化の尊重
20）環境に配慮した事業活動　21）社会貢献

スピークアップライン

当社グループを対象としたコンプライアンス相談窓口「スピークアップライン」を設置し、役員及び使用人が行動規範や自主行動基準を逸脱する行為や、その他コンプライアンスに関する重要な事実を発見した場合の連絡・相談を直接、専用メール、電話、手紙で受け付ける体制を敷いています。これにより事態の迅速な把握及び是正を図ります。なお、この窓口への通報者が不利益な取り扱いを受けないよう配慮がなされています。

スピークアップラインのフロー



危機管理体制

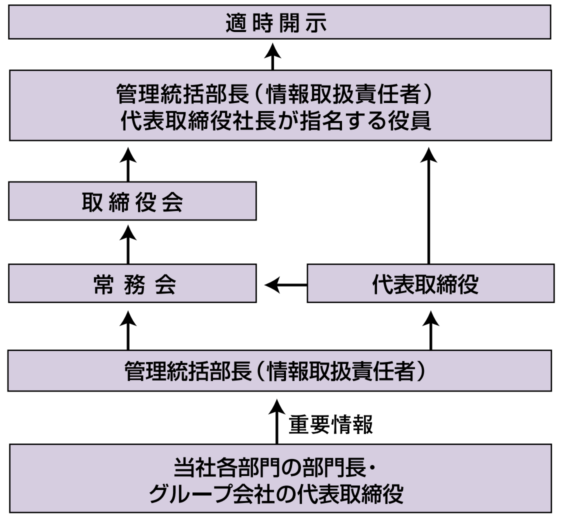
当社グループは、危機が発生した時及びその可能性が予測される時における会社の損失の最小化を目的に、発生時の基本的な対応、行動がとれるよう危機管理規程を制定し、次の体制を整備しています。

- ●社長を委員長とする危機管理委員会を置き、当社グループの役員及び使用人が危機項目を認知した際には、危機管理規程に定められた方法及び経路で危機管理委員長に報告を行うとともに、取締役会に報告する。
- ●危機が発生した場合、危機管理規程にあらかじめ定められた危機レベルに応じて、危機管理委員長が危機対策本部の設置及び危機対策本部長の任命を行う。危機対策本部長は、危機対策方針等の決定及び対外交渉等を統括し、対策・改善策等を実施する。
- ●危機管理委員会は、危険の定期的な洗い出し、予知・予防、教育等の立案・実施及び危機管理・危機対策の評価などを行い、危機管理委員会事務局は、グループ全体のリスクを網羅的、統括的に管理し、内部監査部門は定期的に危機管理状況を監査する。

適時開示体制

当社は、投資家への適時・適切な会計情報などの開示が、健全な証券市場の根幹をなすものであることを十分に認識するとともに、常に投資家の視点に立った迅速、正確かつ公平な情報の開示を適切に行えるよう社内体制の充実に努めており、今後も真摯（しんし）な姿勢で臨みます。

適時開示のフロー



個人情報を適切に管理・保護しています

お客様の財産である個人情報を大切に管理することを重要な責務と考え、適切な管理・保護に取り組んでいます。

個人情報管理の基本的な考え方

プライバシーマークの規格が2006年に改定され、それに合わせて個人情報管理方針・規定などを改定しました。

今回の規格改定は個人情報の保護に関するマネジメントシステムを構築することが主眼で、当社も管理レベルを向上させることができる仕組みに組み替えました。

具体的には、日々の管理の徹底として自主点検の仕組みを取り入れ、定期的に個人情報管理について振り返りを行うことにしました。また、全社員対象に個人情報管理の重要性を理解するためのeラーニング（コンピューターネットワークを介した教育）を実施しました。さらに、内部監査も定期的に行い、その中で委託先等の管理の徹底も図りました。

今後も個人情報をお客様からお預かりした無形の財産として認識し、大切に管理していきます。

個人情報管理に関する社内セミナー

アシックス個人情報管理方針

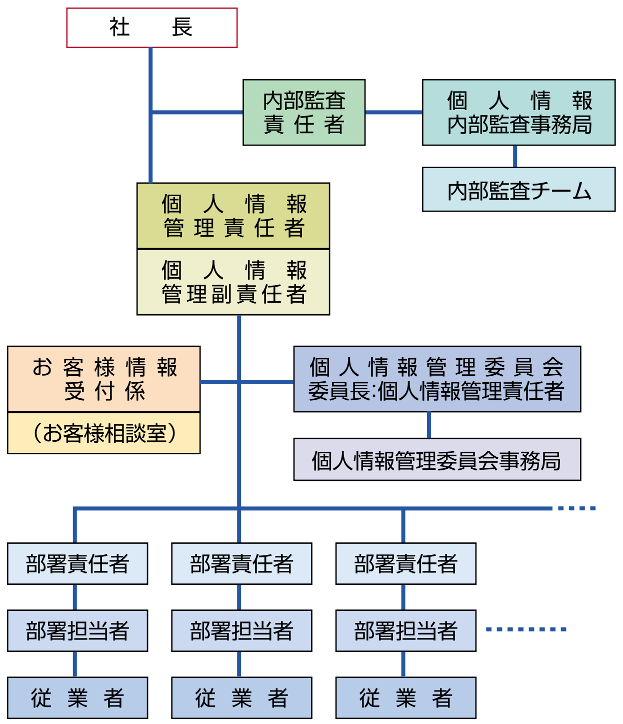
個人情報管理方針

（株）アシックスは、個人情報を大切に管理することを重要な責務と考え、以下の項目について十分に注意を払い、個人情報の管理に努める所存です。

1. 当社は、各種スポーツ用品及びレジャー用品の製造・販売を主要事業と致しておりますが、このような事業の内容及び規模を考慮して適切に利用目的を特定するとともに、その範囲内で個人情報を取得、利用及び提供致します。
2. 特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えた個人情報の取扱いを行わないとともに、そのための措置を講じます。
3. 個人情報の漏えい、滅失またはき損の防止及び是正に努めます。
4. 個人情報に関する法令、国が定める指針及びその他社内外の規範を遵守致します。
5. 苦情及び相談を受け付けた場合は、適切かつ迅速に対応致します。
6. 個人情報を適切に管理、保護するためのマネジメントシステムを構築し、継続的改善に努めます。

制定日　2005年4月1日
改定日　2008年2月8日
株式会社アシックス
代表取締役社長　尾山　基

個人情報管理組織図



サプライチェーン管理

生産委託先工場の労働環境、労働条件の改善を進めています

作り手の満足が良い商品につながり、良い商品がお客様の満足につながるという考えのもと、サプライチェーン全体にわたって環境、人権、労働、企業倫理などへの配慮と改善に努めています。

海外委託先の現状を調査

アシックスは、アテネオリンピックに照準を合わせて2004年に行われた「プレイフェア・オリンピック・キャンペーン（PFOC）」をきっかけに、商品を生産している工場での労働条件の確認を進めています。

PFOCは、途上国支援に取り組む国際的NGOや被服産業の労働力改善を目的とする組織などが始めた国際的キャンペーンです。

様々なスポーツ用品ブランドの生産拠点がある東南アジアを中心に生産工場の労働条件の実態を調査し、その結果に基づき、各ブランドや国際オリンピック委員会（IOC）に対して、現場での人権保護を工場の経営者に働きかけるよう要求しています。

北京オリンピックを目前に控え、同キャンペーンは「プレイフェア2008」と名称を新たにして、スポーツ業界に対する活動を続けています。

3つのステップで事実に即した監査

3種類の監査を実施

アシックスは、生産と販売でグローバルな活動を行っています。特に、アメリカやヨーロッパ、オーストラリアでの売上高が増加するのに伴い、生産数量も増加しています。

当社は2003年度から2005年度にかけてシューズ工場を中心に監査を進め、2006年度と2007年度はウエアやバッグ、用具関係の工場を中心に監査しました。

2008年末までにはすべての生産委託先工場の監査をひととおり終える予定です。

それに並行してアメリカとヨーロッパの販売会社にも専任のCSR担当者を配置し、発注先の工場監査を進めています。現在、アシックスグループでは兼任も含めて日本4人、アメリカ3人、ヨーロッパ3人、中国4人、オセアニア2人の監査体制を敷いており、本社と海外販売会社が同じ工場に発注している場合もあるため、連携を取りながら進めています。

自社工場である江蘇愛世克私有限公司での生産風景

■ 内部監査

アシックスのCSR担当者が監査員として生産委託先工場を訪問し、労務管理、労働安全衛生面、環境保全に関する経営陣へのインタビューや資料の確認をします。監査時には、「アシックスの理念」、「アシックスのビジョン」、「業務委託先管理方針」で述べられている内容を経営陣に説明し、世界の情勢や動向も踏まえながら互いの意識レベルを合わせるようにしており、そのうえで問題点の抽出、改善へのアクションに移るようにしています。

■ 委託内部監査

アシックスが専門の監査会社に依頼して行う監査で、プロの監査員が現地語で工場の実情を確認します。工場外での聴き取り（オフサイトインタビュー）などを通じ、内部監査では集め切れない従業員の声などの情報を得ることができます。当社はその監査報告と内部監査結果との整合を確認し、改善につなげています。

■ 外部監査

アシックスは、労働者の権利保護と労働環境の改善にグローバルで取り組むNPO「公正労働協会（FLA）」に、2006年に日本企業として初めて加盟しました。

FLAは企業やNGO、大学が参画する団体で、ILO憲章にのっとった独自基準を持ち、無作為に選んだ委託先工場をそれに基づいて監査しています。

監査結果はアシックスに報告されるとともにウェブサイトでも公開され、公正さと透明性が保たれています。

アシックスは、その監査結果を工場にも報告し、ともに改善を進めるようにしています。

http://www.fairlabor.org/

お客様とともにCSR活動を強化

2007年度の活動内容と実績報告

2006年度から主にウエア工場の監査を進めてきた流れを受け、2007年度も同様にウエア工場中心に、内部監査ではまだ一度も訪問していない工場の監査を、委託内部監査では過去に訪問した工場をフォローアップするための確認を進めました。

2007年度から新たに始めた活動に、月に一度の中間報告があります。監査で明らかになった各改善ポイントの進捗状況について各工場から連絡を受け、必要なアドバイスを行いながら、社内の各統括部担当者や商社及び帳合先企業の方々とも連携を取り、継続的な改善が進むようにしています。

生産委託先工場の監査数（監査期間:2007年4月1日～2008年3月31日）

	シューズ	ウエア	用具	小計
内部監査	15工場	19工場	1工場	35工場
委託内部監査	15工場	16工場	3工場	34工場
外部監査	3工場	–	–	3工場
小計	33工場	35工場	4工場	
合計				72工場

■ 工場の現状

賃金と労働時間

監査では、多くの生産委託先工場で、正規の最低賃金や残業代の未払い及び法定外の長時間労働の実態が明らかになりました。

勤務時間の記録が不明瞭であったり、手書きなど信頼性に乏しい手段によって勤怠管理がなされていたりと、実際の労働時間が把握しづらい場合が多いのが実情で、そういう工場では賃金が正確に算出され支払われているかを確認することもできません。

当社は賃金と労働時間を労務管理の最重要項目であると認識し、工場の経営陣に積極的な改善を求めています。

労働市場の変化

中国を例に見ると、民工と呼ばれる地方からの出稼ぎ労働者の意識が数年前とはかなり変わってきています。以前であれば、深夜に及ぶ残業や休日の勤務をいとわない人が多かったのが、長時間の残業を望まず、少なくとも日曜日は休んで生活を楽しみたいとする人が増えてきています。

また、携帯電話やインターネットの普及など情報化が進むのに伴って、より条件の良い職場を求めての労働力の流動化も進んでいることから、スポーツ用品業界でも労働力の確保が難しくなってきています。

更に、最低賃金の上昇、原油高による原材料費の高騰、人民元の切り上げなど、「世界の工場」中国の状況は激変しています。

労働者の権利を守るシステムを構築

今後の取り組み

アシックスはメーカーとして、QCD（クオリティー、コスト、デリバリー）の3要素にCSRの側面を合わせた事業活動を目指しています。

ヨーロッパの販売会社は広く北西ヨーロッパから南アフリカまで、スポーツ流通業界や各国政府から企業活動及びその意思決定プロセスについての説明責任を求められています。そこで新たな試みとして、アシックスヨーロッパB.V.のCSR担当者は、労働者の権利意識の向上と自由かつ安全に意見を言うことができるシステムの構築に向け、地域NGOや労働組合などと連携を取りながら活動を始めました。

アシックス本社は、アメリカ及びヨーロッパの販売会社とそれぞれの強みを生かした役割分担をしながら、世界本社としてリーダーシップを発揮することができるような体制作りを進めます。

2008年の北京オリンピックを控え、NGOへの説明責任を果たすため、また大切なパートナーである生産委託先工場とともに末永く存続発展していくため、人が生まれながらに持っている自由権が民主的な方法を通じて守られる労働環境作りを、生産委託先及び商社などの関係者の皆様と一緒に進めていきます。

アシックスへの提言と期待

UIゼンセン同盟の繊維関連部会事務局長である中島徹さん、アシックスの外部監査を実施しているFLAの最高経営責任者オーレット・バン・ヒーデンさんのお2人に、サプライチェーン管理への提言やアシックスへの期待などを寄せていただきました。

サプライチェーンにおける「労働」尊重に期待

労働や人権に関する取り組み強化が必要

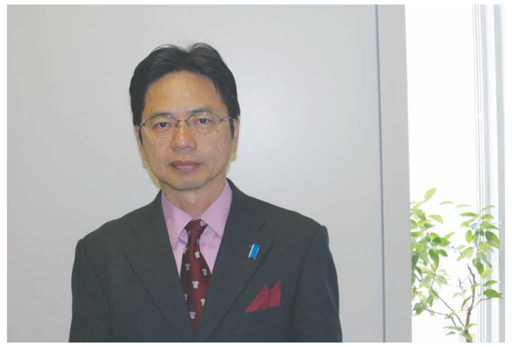
企業は単に公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体であるだけではなく、広く社会にとって有用な存在でなければならないと思います。CSRを推進する主体は企業ではありますが、CSRを盛り込んだ企業行動を定着させるために、UIゼンセン同盟は労働組合もその役割と責任を果たす必要があると考え、すべての企業に対してILOの中核的8条約の順守を求めるなど、積極的に取り組んでまいりました。

日本における企業のCSRに対する取り組みは、環境に関するものが中心となっており、労働や人権に関する項目についてはあまり触れられていないのが実態です。国際的にはこれは不可欠な要素であると考えられ、消費者や労働団体のNPOによるモニタリングが行われています。企業が扱っている商品の製造過程や取引先に、児童労働や強制労働の事実があれば、説明責任と迅速な対応が求められます。こうした事柄への企業の関心の高さと対応方針をあらかじめ明らかにしておくことが必要です。

労働組合にとって重要なことの一つとして、企業行動の監視があります。UIゼンセン同盟は、加盟する国際産業別組織を通じて国際的なネットワークを持っており、企業行動に関する情報交換も頻繁に行われています。こうしたネットワークを通じて、企業とは別のチャンネルで、情報の収集と問題発見が可能になり、その早期解決にも役立てられます。CSRとしての「労働」への関心を高め、労働組合の関与の割合を高めていく必要があり、必要に応じて会社に働きかけていかなければならないと考えます。

「労働」尊重に向けて更なる取り組みを

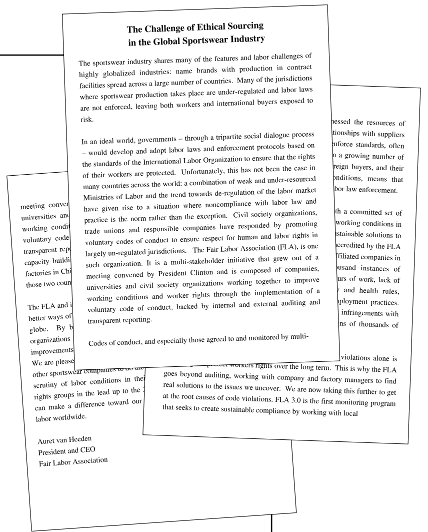
アシックスは、その企業理念から、UIゼンセン同盟加盟組合の中でもCSRに先駆的に取り組んで来られました。労使による積極的な対応に敬意を表するとともに、UIゼンセン同盟との緊密な情報交換に感謝申し上げます。グローバルプレーヤーとしてのアシックスが、今後サプライチェーンにおいても「労働」の尊重を表明し、工場やその内部監査の結果を公表するなど、全社を挙げて取り組まれることを大いに期待します。



UIゼンセン同盟
常任中央執行委員
繊維関連部会　事務局長
中島　徹

世界のスポーツウエア産業の倫理的な商品供給への挑戦

FLA　最高経営責任者
オーレット・バン・ヒーデン



労働者の権利保護のために

スポーツ用品産業は、グローバル化が非常に進んだ産業ですが、その一方で労働環境改善への挑戦という課題を抱えています。スポーツ用品が生産される多くの国々で法律や規則が適切に整備・実施されません。

しかしながら、過去においては、そういう状態も特別には問題視されていませんでした。労働法などが守られないのは例外ではなく、むしろ普通であるかのような状態でした。

市民団体、労働組合、責任感ある企業は、法律が未整備で規制も厳格ではない国や地域でも人権や労働に関する権利が留意され守られるように、任意の行動規範を設け、この状況を打破するために啓蒙を進めてきました。

FLA（Fair Labor Association=公正労働協会）もそういう組織の1つで、クリントン大統領（当時）が招集した会議から生まれました。労働条件を改善し労働者の権利を守るため、企業や大学、市民団体などが一緒になって自発的に行動規範を実行し、内部や外部の監査及び透明性のある報告を行っています。

行動規範に基づく監査を実施

このように多くの利害関係者によって作成された行動規範は、多くの多国籍企業で、彼らの基準や取引先工場との契約として利用されて来ました。そしてそれは公的機関のものよりも効果がありました。

過去6年間、FLAは世界中の工場での標準以下の労働条件を終了させるため、また虐待的な労働条件を解決し得る革新的で持続可能な策を構築するために、アシックスなどの明確な社会意識を持った集団とともに活動してきました。この期間中、FLAによって認定された監査会社が24カ国600社以上に及ぶFLA加盟企業発注先工場を事前連絡無しに監査訪問し、FLA行動規範に違反する数千にも及ぶ事例（長時間労働、最低賃金の未払い、安全や健康に関するルール化の不足、結社の自由の阻害、差別的な雇用訓練）を発見しました。あらゆるケースに対して、FLAと加盟企業は違反事項の改善に向け、工場管理を行い、改善を促す手法を開発して来ました。その結果、何万人もの労働者たちの利益につながりました。

監査を超え、根本的な問題解決に向けて

我々は、工場監査の経験を通じて、監査で違反事項を指摘するだけでは長期にわたって労働者の権利を保護するには十分ではないことを学びました。そのため、FLAは監査を超え、企業や工場経営陣と一緒になって根本的な原因を探し、そして解決に向かうよう活動しています。現在は「根本的な原因追求」（Root Causes）という手法に取り組んでいます。

FLAとそのメンバーは、労働に関する権利の持続的な保護のための新しく良い方法を見つけるため、常にともに活動しています。企業、大学、市民団体など各組織の活動をまとめることにより、企業単独ではなし得ることが困難であろう継続的な労働条件の改善状況を相乗効果的に作り出すことができます。特に、2008年北京オリンピックを控え国際的な人権団体による監視が増えていく時期に、アシックスがFLAと協働で労働問題を改善することを選んだことをうれしく思いますし、他のスポーツ用品企業が同様の活動をスタートさせる良い契機になると思っています。「世界中の労働搾取を終わらせる」という究極の目的に向かって連携した活動を行うことで、今までとは違った影響を及ぼし、かつ効果を生じさせることができると信じています。

地球環境を守る取り組みを進めています

美しい地球を未来に残すため、事業活動に伴う環境負荷の低減や環境配慮型商品の研究・開発を行い、持続可能社会の実現に貢献していきます。

環境マネジメント

マネジメントシステムの運用で継続的な改善

環境マネジメントシステム「ISO14001」の認証を更新

アシックスは、環境保全活動を企業の社会的責務の一つとしてとらえています。

特に、本社、スポーツ工学研究所、株式会社ニシ・スポーツの３事業所では環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得し、環境活動の継続的改善に取り組んでいます。2007年度には、期限を迎える本社及びスポーツ工学研究所の認証を更新しました。現在はアシックスヨーロッパB.V.でも認証の取得を目指しています。

今後もマネジメントシステムの運用によって環境活動の向上を図ります。

■ アシックス環境方針

2001. 8.22制定
2003. 2. 1改定
2005. 4. 1改定

●理念

アシックスは、環境保全活動が企業の重要な社会的責務の一つであることを認識し、地球規模での持続的発展が可能な社会を実現するために行動する。

●方針

(1) アシックスグループにおける環境マネジメントシステムを拡大、整備し、権限と責任を明確にすると共に、地球規模での環境保全を推進する。
(2) あらゆる企業活動において、省資源、省エネルギー、廃棄物の削減、グリーン購入、汚染防止など地球環境への負荷の低減に取り組む。
(3) 企業活動において、あらゆる国や地域での環境関連の法律、規制、協定などを順守するとともに、より一層の環境保全に努める。
(4) あらゆる商品及びサービスにおいて、企画段階から環境負荷の低減を考慮した商品作り・研究開発に努める。
(5) 環境監査を実施することにより、環境マネジメントの継続的改善を図り、企業の社会的責任を果たす。
(6) アシックスグループ内外の広報活動、環境教育などの機会を通じて環境保全に関するグループ全従業員の意識の向上に努める。
(7) 企業の社会的責任の一つとして、環境保全活動の取り組み状況を積極的に情報公開し、ステークホルダー（利害関係者）とのコミュニケーションを図る。

代表取締役社長　尾山　基

■ 2007年度環境目的及び環境目標

環境に配慮した商品、サービスの拡大 （2009年度までに環境配慮型商品の売上占有率を30%にする）	・環境配慮型商品の研究開発　目標231点 ※商品開発点数220点、スポーツ工学研究所での技術研究11テーマ （次年度から売上目標に基づく目標管理を行う） ・環境配慮型商品の積極的PRの実施 ・お客様との接点における環境活動の充実
廃棄物量の削減	・一般廃棄物量　2006年度比　20%削減 ・産業廃棄物の実態把握
業務の効率化による省エネ、省資源活動	・残業の減少
二酸化炭素排出量の削減 （2009年度までに2006年度比5%削減）	・二酸化炭素排出量　2006年度比　2%削減 （※オフィスビルからの排出量）
アシックスグループ全体の環境意識の向上	・ものづくりに携わる部署における環境教育、啓発の実施 ・本社、スポーツ工学研究所以外のアシックスグループへの環境活動の拡大

※本社、スポーツ工学研究所での取り組み目標です。

環境配慮型商品の研究・開発

環境に優しいものづくりとは

環境配慮型商品の基準を設定

環境に優しいものづくりを推進し、メーカーとしての社会的責任を果たすため、当社独自の環境配慮型商品基準「アシックス　エコプランマーク認定基準」を2006年度に作成しました。この基準を満たした商品には「アシックス　エコプランマーク」が付けられます。

アシックスでは同マークもしくはエコマークの認定を環境配慮型商品の条件としており、基準が明確になったことで、社内での取り組み意識が向上しました。

今後も環境に優しいものづくり、研究・開発を進め、同マークのついた商品を増やしていきます。また、基準の内容も定期的に見直し、「環境に優しいものづくり」を促進します。

アシックス　エコプランマーク認定基準

アシックスは地球環境を未来に引き継いでいくため、循環型社会を目指したものづくりを続けていきます。
下記の基準を満たした商品を当社の環境配慮型商品とし、「アシックス　エコプランマーク」を付与します。

クリーン	環境への負荷を減らすものづくりに取り組みます。 ★環境に配慮した素材、材料を使用し、廃棄時などの環境負荷を減らした商品。 ★廃棄時の環境負荷を減らすため、分別・分解しやすい素材・構造になっている商品。
セービング	ものづくりにおける省エネルギー・省資源化に取り組みます。 ★材料の使用量を減らし、省資源に取り組んだ商品。 ★共通の材料を使用することにより、資源を有効利用してつくられた商品。 ★製造工程の効率化により、省エネルギーに貢献した商品。
サスティナブル	商品の長寿命化を促進し、廃棄物の減少に貢献します。 ★消耗部位の修理、交換が可能な商品。また、修理、交換が容易な構造になっている商品。 ★耐久性に優れた素材・構造が採用された商品。
リサイクル	循環型社会を目指し、リサイクルを促進します。 ★循環型リサイクルシステム（商品⇒回収⇒リサイクル⇒商品）の仕組みを利用して作られた商品。 ★廃材を再利用して作られた商品。 ★リサイクル素材を使用して作られた商品。
包装資材への取り組み	包装資材も商品の一部ととらえ、軽減、簡素化に取り組みます。

ECO PLAN asics
アシックス　エコプランマーク

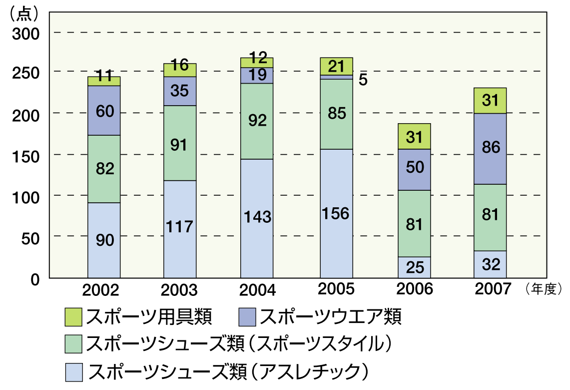
当社基準をもとに評価しました

環境配慮型商品の開発点数

2007年度は環境配慮型商品の開発点数を220とする目標を掲げました。そして「アシックス　エコプランマーク認定基準」を基に商品開発を進めた結果、2007年度は全体で230点、前年度より43点多く環境配慮型商品の新規開発を行い、目標を達成することができました。今後も環境に優しい商品の開発点数を増やす取り組みを進めます。

※2006年度以降は「アシックス　エコプランマーク認定基準」を満たした商品及び「エコマーク」認定商品を環境配慮型商品としています。

環境配慮型商品の新規開発点数



メーカーならではの環境保全活動

環境配慮型商品

陸上競技用スパイクシューズ

タイガーパウ®EFFORT®CS
TTP738

【サスティナブル】
高耐摩耗性人工皮革による補強
着地時に摩耗しやすい踏み付け部分外側の補強材に、通常の人工皮革の約4倍(当社比)の耐摩耗性を備えたダイノスキンを採用し、耐久性を向上させています。

【リサイクル】
再生ポリエステル(PET)人工皮革による補強
再生ポリエステル(PET)を利用した人工皮革をシューズ総重量の5%以上の部分に採用しています。

【セービング】
ソライトミッドソールの採用
ミッドソール(甲被と外底との中間にあるクッション材)に、低密度でありながら通常のスポンジ材と同等のクッション性を有する素材「ソライト」を使用。原料が少なく済むため、シューズが軽量になり、しかも省資源につながります。

【サスティナブル】
耐摩耗性ラバーの採用
摩耗しやすいソール(靴底)の踵(かかと)部分から土踏まず部分の外側にかけて、通常のラバーの約3倍(当社比)の耐摩耗性を備えたAHAR(エーハー)ラバーを採用し、耐久性を向上させています。

商品開発担当者から

フットウエア統括部 フィールド企画開発チーム 片岡 暁

陸上競技用スパイクシューズは、環境配慮型商品の開発が難しい分野の一つですが、素材面、コスト面、耐久性能面などの様々な観点から開発にチャレンジしました。この商品は、これから陸上競技を始める人に向けた商品で、当社陸上競技用スパイクシューズの中でも最も多く販売される商品です。多くの方に使われる商品で環境配慮型商品を作ることができたことは、非常に意義深いことだと考えています。

ウオーキングシューズ

ワラッジ®
WAV583

【サスティナブル】
ソールの取り替え修理が可能
靴を長く履いていただけるよう、ヒールを含めソール(靴底)の取り替え修理が可能となっています。

商品開発担当者から

フットウエア統括部 ライフスタイルウォーキング企画開発チーム 片山 あすか

アシックスのウオーキングシューズは、長期間ご愛用いただけるよう、主に天然皮革からなる耐久性に優れたアッパーと取替修理可能のソールが採用されています。

お気に入りの靴、足になじんだ靴を長く履いていただけることが環境への配慮につながる…そのような商品の開発と修理体制の整備に取り組んでいます。

看護師用シューズ

NURSEWALKER® 530
FMN530

【サスティナブル】
耐摩耗性ラバーの採用
摩耗しやすいソール(靴底)の踵(かかと)部分に通常のラバーの約2倍(当社比)の耐摩耗性を備えたAHAR(エーハー)ラバーを採用し、耐久性を向上させています。

【リサイクル】
再生ポリエステル(PET)人工皮革を10%以上使用
再生ポリエステル(PET)を利用した人工皮革を、シューズ総重量の10%以上に採用しています。

商品開発担当者から

フットウエア統括部 コート企画開発チーム 上野 歩

耐摩耗性に優れたAHAR(エーハー)ラバーを採用したうえ、ウオッシャブル(水洗い可能)仕様とすることで、商品の長寿命化を図っています。また、PETボトル再生素材の採用で、より環境に優しくなっています。

看護師用シューズは、血液などによる汚染の問題があるため短いサイクルで使用されるのが一般的ですが、アシックスでは継続的な使用を重視した設計を心掛けています。

スクールウエア

エコトレ®5
AA—110

【リサイクル】
ケミカルリサイクル
使用済みのウエアは化学的に組成変換され、容器や塗料などの原料になります。

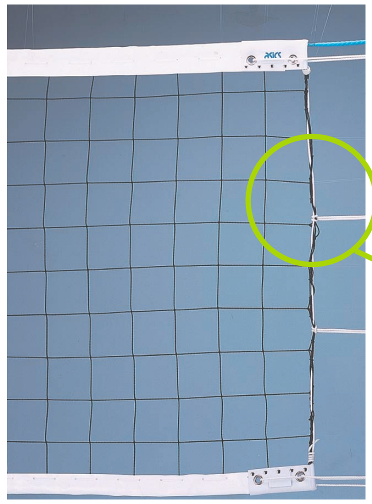
商品開発担当者から

アパレル・エクィップメント統括部 スクール・スイムチーム 若島 正義

このウエアは資源循環型ウエアです。使用後回収され、ポリエステル(PET)を製鉄のコークス生成工程で石炭と一緒に熱分解する「<エコトーク>リサイクル」システムによって原料化されます。石油という再生産できない資源を大切に使う環境配慮型商品です。今後も環境配慮型のスポーツウエアを開発し、環境保全活動に取り組みます。

スポーツネット

6人制バレーボールネット
2825EK



【リサイクル】
再生ポリエステル(PET)繊維100%使用
PETボトルやフィルムからの再生繊維を使用しています。本体だけではなく白帯部分の基布にも再生ポリエステル(PET)を使用しており、更に基布表面のコーティングには非PVC素材を使用しています。

商品開発担当者から

アパレル・エクィップメント統括部 技術チーム 徳井 康之

ネットに要求される高強度、見通しの良さなどの機能を満足させながら環境に配慮して開発された商品で、エコマーク及び当社のエコプランマーク、グリーン購入認定商品です。

再生ポリエステル(PET)の使用にとどまらず、脱PVCを図ったことで、生産時には想定外の困難もありましたが、仕様を工夫し商品化できました。

これからも、環境に優しい商品作りに努めます。

環境保全活動

一人ひとりが環境について考える

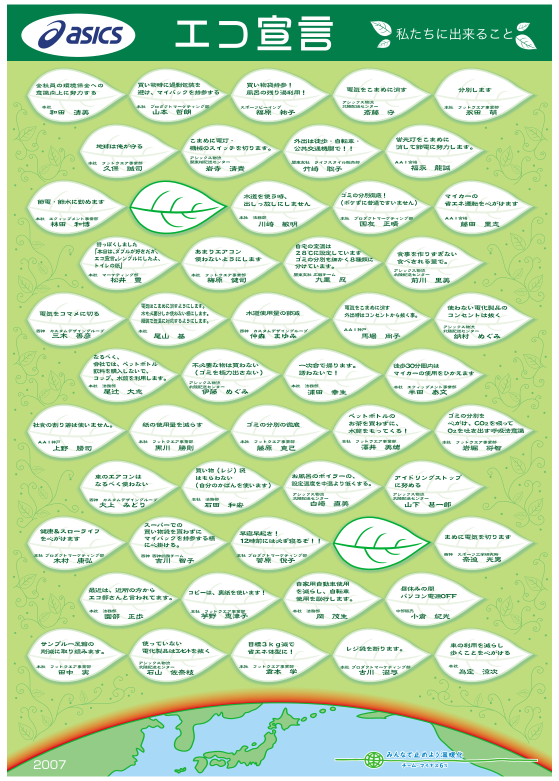
アシックス「エコ宣言」

環境月間である6月に、アシックス「エコ宣言」活動を実施しました。「地球環境を守るために、自分は何ができるのだろう?」をテーマに、社員一人ひとりが身近な生活からできることを一年間の取り組みとして宣言しました。全国の事業所から総数632件の宣言が投稿され、そのすべてを社内データベースで公開したほか、ポスターにして全国の事業所で掲示しました。

2008年の環境月間には、2007年度を振り返って新たなエコ宣言を発信する予定です。

●「エコ宣言」の例

- ・休日の生活用品の買い物は健康と省エネを兼ね徒歩で
- ・コンセント、抜きます！　パソコンだけでなく実験装置も
- ・ペットボトルのお茶を買わずに、水筒をもってくる!
- ・常にマイバッグを持参する
- ・水を節約します!（お風呂・食器洗い・歯磨き・洗顔）



「エコ宣言」ポスター

環境に優しいボランティアウエアの提供

「東京マラソン2008」での環境活動

2008年2月17日に東京都内で開催された「東京マラソン2008」では、環境保全をテーマに「東京マラソングリーンプロジェクト」が推進され、バイオマス発電による電力供給や太陽光発電装置の設置、ハイブリッド車の優先的使用、リユースできる食器の提供などが行われました。

当社は、大会のオフィシャルスポンサーとして、大会ボランティアの方が着用する特製コートと帽子を約15,000点提供。コートの生地には環境保全に配慮して再生ポリエステル糸100%の素材を採用しました。このコートは当社基準を満たした環境配慮型商品であることを示す「アシックス エコプランマーク」適用品です。

大会ボランティア用の特製コートと帽子

2006年度比で1.2%減少しました

CO_2排出量の削減

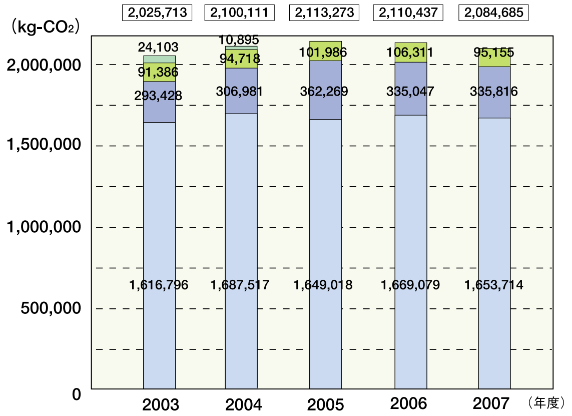
アシックスは国の京都議定書目標達成に向けて国民的プロジェクト「チーム・マイナス6%」に参加しており、日々の省エネルギー活動、クールビズ、ウオームビズの取り組みを続けています。

本社、スポーツ工学研究所の2007年度排出量は前年度比で1.2%減となり、目標の2%削減には届きませんでした。

今後は関係会社を含めたアシックスグループとしての削減目標を立て、具体的な施策に取り組んでいきます。

また、オフィスビルからの排出量だけではなく、製品のライフサイクル全体での排出量の把握に取り組みます。

CO_2排出量



※オフィスビルからの排出量です。
※本社、スポーツ工学研究所のデータです。
※数値は国の法律（温対法）に基づく係数を用いて算出しています。

環境意識の向上のために

環境教育研修の実施

2007年度は、従業員や研修生を対象に、環境教育研修（右表）を実施しました。総受講者数は延べ869人でした。

環境一般教育ではeラーニング（コンピューターネットワークを介した教育）を導入し、受講の徹底を図りました。

これからも環境教育の実施、充実を図っていきます。

2007年度に実施した環境教育研修

新入社員環境教育	36人
全社員（常駐業者含む）環境一般教育	797人
中国研修生教育	3人
緊急事態対応実施訓練	33人

※本社、スポーツ工学研究所のデータです。

日々の活動の中で取り組んでいます

省資源、ごみの削減、グリーン購入

業務で使用するコピー紙使用量の削減、排出する産業廃棄物・事業系一般廃棄物量の削減、環境に優しいオフィス文具を購入するグリーン購入に継続して取り組んでいます。

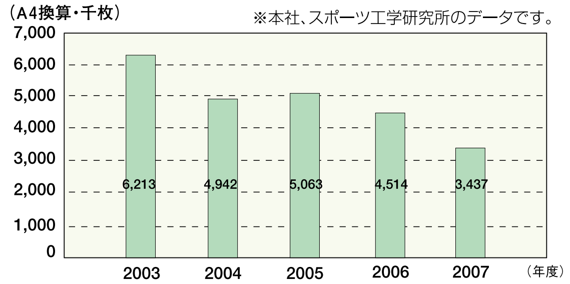
紙使用量は、業務のIT化が進んだことで昨年度比23.9%削減、この5年間で44.7%削減できました。

本社とスポーツ工学研究所の廃棄物には、商品開発・研究の際に使用した材料類などの産業廃棄物とオフィス業務から出る事業系一般廃棄物があります。2007年度は、産業廃棄物量が昨年度比12.1%削減、事業系一般廃棄物量は分別廃棄基準の見直しを実施した結果、昨年度比41.0%削減できました。

今後も省資源活動を日々継続していきます。

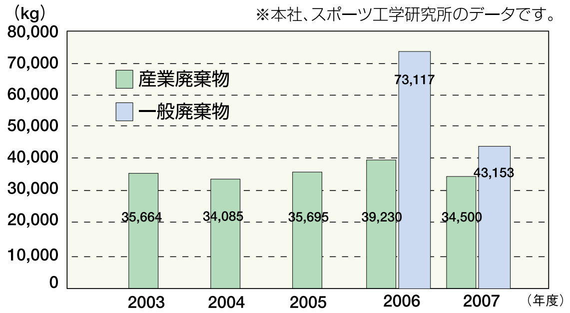
コピー用紙使用枚数

※本社、スポーツ工学研究所のデータです。



廃棄物量

※本社、スポーツ工学研究所のデータです。



スポーツ用品メーカーとしての社会貢献を目指しています

スポーツ文化の普及に努めるなど、良き企業市民として社会貢献活動に積極的に取り組んでいます。

ランニングを通して社会に貢献

東京マラソン2008

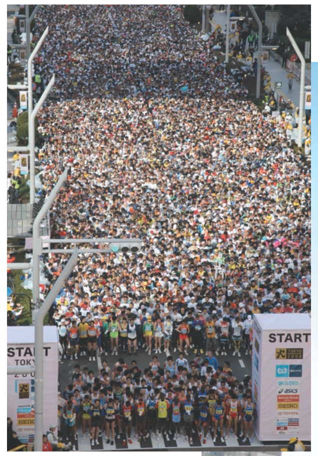
国内有数のマラソンイベント「東京マラソン2008」に、オフィシャルスポンサーとして昨年に引き続きかかわり、大会ボランティア約1万5000人分のウエアを提供するなどの支援活動を行いました。

今回は環境保全がテーマになっていたこともあり、大会ボランティア用ウエアの素材にはPETボトルからの再生ポリエステル糸を採用しました。

また、同大会に伴って開催されたマラソンEXPOでは、ランニングや健康に関する情報発信を行ったほか、走ることができない環境にいる世界の子どもたちのための「ワン・コイン・チャリティ」を実施し、寄せられた94万6746円をAIMS（国際マラソン・ロードレース協会）に寄付しました。

ランニングを主要事業分野とする当社の強みを生かした活動を通じてランニング文化の醸成に貢献することで、創業の哲学である「健全な身体に健全な精神があれかし」の実現を目指します。

©東京マラソン事務局



©東京マラソン事務局

©東京マラソン事務局

担当者の声

プロモーション部　松田　卓巳

3万2000人以上のランナーが首都を駆け抜け、1万5000人のボランティアを始め多くの人が大会を支え、160万人以上の人が応援する・・・。今回の活動に参加して、日本のランニング文化の高まりを肌で感じました。今後も当社の事業の強みを生かした社会貢献活動にかかわっていきたいと思います。

海外販社でも広く展開

海外販社のスポーツイベント

アシックスグループの海外の販売拠点でも、ランニングを中心とした各種スポーツイベントに協賛しています。

海外のスポーツイベントは社会貢献を意識して開催されることが多く、参加費の一部がチャリティーに回されるなど、選手一人ひとりが参加すること自体が社会貢献となるものもあります。これらの大会を協賛することで、スポーツを通じた社会貢献を図っています。

また、これらスポーツ大会の協賛以外に、ヨーロッパでは、社員が休日にスポーツイベントでのチャリティー活動を行い、そこで得られた寄付金を癌（がん）で苦しむ子どもを支援するプロジェクトに提供しています。アメリカでは、ウエアやシューズの提供やランニング用品を買うための資金を援助する活動を行っています。

海外の主な大会
ニューヨークシティマラソン
ハンブルグマラソン
フランクフルトマラソン
ローママラソン
ゴールドコーストマラソン
ソウル国際マラソン

アスリートとふれあい、大会運営や日常活動を支援

スペシャルオリンピックス

アシックスは、NPO法人「スペシャルオリンピックス日本（SON）」が開催する各種大会及び日常活動にボランティアを派遣しています。

スペシャルオリンピックス（SO）は、知的発達障害のある人たちに、年間を通して様々なスポーツトレーニングとその成果の発表の場である競技会を提供している国際的なスポーツ組織です。スポーツを通じての社会貢献を目指すアシックスの理念とスポーツを通じての人材育成を目指すSOの理念が合致したことから、2006年度に取り組みを始めました。2007年度も全国大会や地域の日常活動を支援しました。

■「スペシャルオリンピックス日本冬季ナショナルゲーム・山形」

2008年3月7日から9日までの3日間、山形県で「2008年第4回スペシャルオリンピックス日本冬季ナショナルゲーム・山形」が開催されました。アシックスは社会貢献活動の一環として、社内公募による23人のボランティアを派遣しました。

今回の参加者の半数は初めてボランティアに参加するメンバーで、参加者の着実な広がりが見られます。

ボランティア活動を通じてメンバー間の協働意識、コミュニケーションも広がり、参加者全員がアスリートのひたむきに努力する姿から大きな勇気を与えられました。

■「日常プログラム　兵庫・神戸」

SON兵庫・神戸の陸上競技プログラムは、月2回日曜日に活動しています。その成果の発表の場として、秋に競技会が開催されます。2006年度の参画当初からコーチとして参加しています。

■「日常プログラム　東京」

SON東京のボウリングプログラムは約3カ月を1クールとして年間3クール開催され、クールの最終回には近隣地区との合同競技会も行われています。当社からはこのプログラムに6～7人がコーチとして参加しています。

ともに参加し、ふれあい、応援しあう。ストライクを取った時のハイタッチ（掲げた互いの手をたたくこと）はとても気持ちの良いものです。

日常プログラム参加者の声

フットウエア統括部　田崎 公也

身体障害者、知的障害者への偏見をなくしたい、スポーツ競技をすることがアスリートにとって社会進出の足がかりの一つとなればと考えて、2006年にサブコーチとして参加、2007年にヘッドコーチになりました。

普段教えていたことができるようになったり、一年前には身体を動かすことさえ億劫（おっくう）がっていたアスリートが大地を踏みしめて走ったり、ボールを投げられるようになったり、記録を更新したり・・・。その時の喜びや感動は何ものにも代え難く、支援する側も勇気づけられます。さらに、スポーツ以外の秀でた能力を発見するなど様々な感動があり、今やライフワークとして家族全員で参加しています。

もっと多くの社員が日常プログラムに参加できるよう、雰囲気作りに取り組んでいます。

ものづくりを通じて青少年を育成
ミニチュアシューズ作り

ものづくり離れが進み、また情報化、少子化によって生活の場で知恵や良識が育まれる機会が減る中、メーカーの持つ技術を通じての社会貢献として取り組んでいるのが、ミニチュアシューズ作りです。神戸市キャリア教育人材バンクの呼びかけで2005年から開始しているもので、ミニチュアシューズ作りを通じて、ものづくりの難しさや楽しさ、道具の使い方やありがたさを体感してもらうことが目的です。現在、同バンクとの共同開催以外に独自の講習会も開催しています。

2007年度は小学校2校、中学校5校、高等学校1校、計約200人の生徒のほか、3月に実施した神戸市青少年科学館での教室には60人が受講しました。そのほか、スポーツ工学研究所を訪問した93団体約900人にミニチュアシューズのキットを配付しました。

担当者からは、「日頃からものづくりをしておらず、親と一緒に何かを作るという時間が持てていない」、「知識は豊富だが、それを"知恵"にする技術が必要」といった声が聞かれました。一方、受講者からは、「いろいろなことを教えてもらいながら難しい作業を実際にやってみて、『考えながらやりなさい』『(道具の)竹串一本でも大切』と言われた意味がわかり、自分自身のものの見方が変わった」、「道具の使い方やその大切さ、ものづくりの楽しさを感じることができた」、「今後の学校生活でも、学んだことを生かせるような場を作りたい(教師)」などの感想が寄せられています。

今後も、子どもだけではなく保護者にも一緒に体験してもらえる場、考えるきっかけとなる場にしていきたいと考えています。

(上)ミニチュアシューズとパーツ
(右)作成風景

受講者からいただいたお手紙

地域社会への貢献と青少年の育成
本社アトリウムの開放

近隣の中学生のバスケットボールチームにアトリウムを練習場所として開放しています。

(上)バスケットボールの練習をする中学生の皆さん
(右)市民卓球講座

体育指導者及び練習場所の確保の難しさから、スポーツクラブが成り立たない学校が増えている中、2001年に兵庫県バスケットボール協会が神戸市内のバスケットボール部のない学校から生徒を募って、一つのクラブチームを結成。練習場所の提供を当社に要請されたのが発端です。毎年十数人から二十数人の中学生がこのチームに参加しており、2007年度には大会で2回優勝するなど、有力チームとして注目されています。

また、これ以外に神戸市の市民卓球講座や各種スポーツ大会の練習会場としても場所を提供しています。

バングラデシュのNPOに参加
海外ボランタスへの人員派遣

バングラデシュの現地NPOにボランティア人員を派遣しました。現地では、国際的NPO「シャプラニール」が、ストリートチルドレンや就学できない児童など厳しい境遇にある子どもの自立を支援するため、ストリートスクールや補習学級の開設といった活動を地元NPOとともに継続的に行っています。アシックス労働組合の上部組織UIゼンセン同盟がシャプラニールに資金援助をしていることから、アシックスからも社員2人がボランティア休暇制度を活用して現地に赴き、現地NPOの活動を体験しました。

シャプラニールによると、情報から隔絶され、困難を乗り越えるための術を持たない子どもにとって、集団で活動し、また外国人に接することが刺激となり、新しい知識の会得につながるとのことで、現地活動を体験した社員にとっても貴重な体験となりました。

参加者の声

人事総務部
森久　和紀

ブラウン管越しでは伝わらない空気、音、におい、現状、表情。様々な「リアル」を感じることができ、私自身の社会問題への認識が深まりました。

一人でも多くの社員にボランティア休暇制度などを利用して体験してもらえたらと思います。

植樹活動や清掃活動を通して自然保護を考える
「富士山の森づくり」「六甲山クリーンアップ」

富士山での植樹活動「第9回富士山の森づくり」に、アシックス及びアシックス労働組合が共同で参加し、ボランティアとして9人を派遣しました。この活動は、アシックス労働組合の上部組織UIゼンセン同盟が主催するもので、今回は、全国の加盟組合から100人余りが参加し、バッコヤナギの苗1500本を植えました。現場での地道な活動を体験することで、自然を守る大切さを実感することができました。

また、当社の地元である六甲山での清掃活動「六甲山クリーンアップ」をアシックス独自に展開しています。この活動は、当社アウトドア・マイスターの重廣恒夫とともに里山の保護をしていくものです。

2005年から開始し、3回目の今回は、六甲山系の夙川(しゅくがわ)のごみ拾いをしました。

今後は、ごみ拾いにとどまらず、里山の生態系や森林を保護する活動にも発展させたいと考えています。

富士山の森づくり

六甲山クリーンアップ

地域に根ざした活動
地域NPOとの協働(CS神戸との取り組み)

NPO法人コミュニティー・サポートセンター神戸(CS神戸※)との協働で地域貢献を進めています。

行政、市民、NPO、企業が連動した強い地域づくりを進めるため、活動の場所や設備を提供したり、企業の様々なノウハウを提供したりしています。

※CS神戸はNPOを支援するNPOという位置づけで1996年10月に発足したサポートセンターです。より住みよい環境とより良い市民社会の実現を目指し、地域に根ざした活動や事業を支援しています。
http://www.cskobe.com/

働きやすい職場作りを進めています

すべての従業員が能力を発揮し、仕事と生活の両立ができる職場作りを目指します。

各種制度の整備

アシックスは、すべての従業員がその能力を十分に発揮できるよう、働きやすい職場環境を作ることを目指しています。

育児や介護をする従業員向けの休業制度及び勤務時間制度の整備のほか、労働時間削減に向けた取り組みを労使協働で進めています。

働き方の多様性への対応

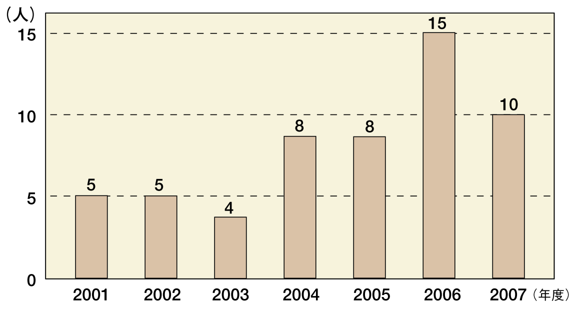
育児休業制度の整備

1992年から始めた育児休業規程、介護休業規程の整備により、2004年度にファミリー・フレンドリー企業表彰を受賞、2007年度は厚生労働省の次世代認定マーク「くるみん」を取得しました。「くるみん」取得は、少子化対策のために立法された「次世代育成支援対策推進法」に基づいて、積極的に子育て支援策に取り組んでいる企業として認定されたことによるものです。

法を大きく上回る小学3年生末までの育児時短勤務制度（法では小学校就学前までが対象）に加え、フレックスタイム勤務の対象者を育児・介護に当たる社員に広げたり、これまでは本人の病気やけがに、家族の看病、教育訓練に限られていた積立有給休暇制度の利用を不妊治療と育児（2歳未満）に広げたりと、社員の家族的責任に柔軟に対応できる勤務形態制度を充実させています。

●企業などによる仕事と子育ての両立支援に対する取り組みの推進が期待されています。この表示（マーク）では、企業などの取り組みに支えられ、子どもが優しく包み育てられているイメージが表現されています。

育児休業を取得した人数



育児休業制度を利用する女性社員の声

- 現在、時短制度を活用しています。育児休業後も保育園への送迎が必要で、この制度がなければ退職していたと思います。　人事総務部　牛尾 友美
- 制度の充実に伴い、仕事の仕方、ひいては生き方の選択肢が増えました。「こんなこともできるよ」と後押しをしてくれている実感があります。　開発生産技術部　森 淳

●法律を上回る主な制度

育児休業期間：	最長2年間（法律では最長1年6カ月）
介護休業期間：	最長1年間（法律では最長93日）
育児短時間勤務の期間：	対象の子が小学校3年生を終了するまでの期間（法律では小学校就学前までが努力義務）
フレックスタイム制度の導入：	育児を目的としたものも含む
ならし保育期間：	1カ月（保育園に通うことになった子が慣れるまでの間、最長1カ月間休業できる）
育児休業の対象者：	配偶者が子を養育できる状態でも育児休業を取得可能（男性の育児休業の促進）
積立有給休暇：	法律では2年で時効消滅してしまう年次有給休暇が残っている場合、それを積み立て、育児や介護のために利用できる

ワーク・ライフ・バランスの実現に向けて

労働時間に関する総合プログラムを実施

適正な労働時間を維持するための「労働時間に関する総合プログラム」を、2007年5月から推進しています。

業務状況を確認するための終礼、速やかな退館を促す全館消灯（当初22時。後に21時に変更され、現在は20時）などの実施を通じて労働時間の削減を図り、時間外労働が前年比30%削減されました。また同時に、業務の内容や進め方の改善が進み、生産性の向上にもつながっています。

2008年度は、変形労働時間の導入により労働時間の適正な運用とその管理の強化を図るほか、有給休暇の取得促進やこれまでも実施しているノー残業デー（毎週水曜日）の徹底などにより、ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の両立）の実現を目指します。

公平性、納得性ある制度を

複線型人事制度や多面評価制度を実施

公平性、透明性、納得性ある人事制度及び評価制度の確立を目指し、部下・上司・同僚が管理職を評価する多面評価制度や、専門性の高い技術職の働き方にも対応する複線型人事制度を導入しています。

また、必要な人財（人材）を社内から募る社内公募制度、希望分野を社員自らが申し出るエントリー制度、異動や仕事に対する自分の考えなどをアンケート形式で申し出る自己申告制度などの導入により、柔軟性のある人財活用を図っています。

従業員の子どもが職場体験

子ども参観日の実施

親の働いている姿を子どもに見せる場として、「子ども参観日」を2005年度から実施しています。

従業員の子どもが自分の名前が入った名刺を持って社内のいろいろな職場を回るもので、2007年度は54人が参加し、会長や社長の椅子に座ったり、時には海外の販売会社から来ている外国人社員と名刺交換したりしました。

親子が職場で対面する瞬間は気恥ずかしいものがありますが、子どもにとっては働く親の姿を会社に来て見るのは興味深く楽しいことのようで、「働くこと」に興味を持つきっかけとなるうえ、家族のコミュニケーションが増える良い機会にもなっています。

健康管理

従業員の健康維持と増進

健康管理室・安全衛生委員会の活動

アシックスは、従業員の健康維持も働きやすい職場作りの一環、ひいては生産性の向上につながると考え、様々な取り組みを進めています。2007年度は、メンタルヘルスケア、喫煙対策、メタボリック症候群対策を活動の三本柱としてとらえ、健康管理室及び安全衛生委員会を中心に活動しました。

また、健康管理室は、2006年度までは常駐の看護師は本社の1人だけでしたが、2007年度には関東支社と関西支社にそれぞれ1人ずつ置き、体制を充実させました。その結果、健康に対する社員の意識が高まり、健康管理室の活用件数も増加しました。

今後も、増員を含む体制の強化を図ります。

本社健康管理室来室者数（人）

	2006年度	2007年度
身体面の相談	196	415
メンタルヘルスの相談	96	201
精神科医カウンセリング	18	19
その他（看護処置等）	409	465
来室者人数合計（延べ人数）	719	1,100

■ メンタルヘルスケア

精神科医及び産業カウンセラーによるカウンセリングの場を定期的に設け、社員の心の健康（=メンタルヘルス）の維持を図っています。また、安全衛生委員会の主催で鬱（うつ）に関するセミナーを開催するなど、社員の意識向上にも努めています。

近年、仕事や職業生活に関する不安、悩み、ストレスを感じている労働者が増え、日本の労働者の6割がストレスを感じているとも言われています。それに伴い、労働者の自殺者数も年間8000人から9000人で推移しています。

当社でも、メンタルヘルスを重要課題としてとらえ、より多くの社員が重要性を認識できるよう知識の普及に努めます。

■ 喫煙対策

社内分煙の推進、禁煙用品の紹介など、社員の健康と職場環境の維持・向上に努めています。特に分煙については、その徹底が健全な労働環境の提供ひいては企業の生産性向上につながるため、随時環境のメンテナンスを行っています。また、具体的に禁煙を呼びかける活動として、毎年「世界禁煙デー」と同じ5月31日に「アシックス禁煙デー」を設けています。

2007年は、更に43日間の禁煙を呼びかける「アシックス禁煙マラソン」を本社対象に企画し、喫煙者の出場を募りました。出走者は2人だけでしたが、数日おきに社内掲示板に掲載される出走者談話は話題になり、2008年度は他の事業所でも開催されることになりました。

ちなみに、「喫煙に関するアンケート」では、回答のあった社員の28.8%が喫煙者でしたが、「禁煙したいと思ったことがある」が63.8%あり、中には「社内に禁煙プログラムがあれば利用したい」とする回答も見られました。

禁煙マラソン完走者の声

経理部　加藤　福広

禁煙への挑戦は実はこれが2回目です。今回は匿名参加とはいえ公の場での禁煙宣言だったので、やる気が持続し、43日間がんばることができました。

私を煙たがって（?）いた家族からも大変喜ばれていますが、なにより完走した自分への最大のご褒美は「健康」だと実感しています。

■ メタボリック症候群対策

6月の健康診断で所見があった社員を対象に、フォローアップ検診を実施し、生活習慣を見直すためのアドバイスを行いました。

有所見率として肥満度（BMI）の数値は、2006年度の健康診断結果よりも大幅に改善され、兵庫県予防医学協会の全国有所見率データと比較しても下回りました。社員の健康志向が高まっていると考えられます。

2008年度からは特定検診で胴囲が計測され、メタボリック症候群のリスクによって法律で定められた保健指導が別途行われることになります。

今後も、メタボリック症候群及び予備軍に該当する社員を対象に、健康に対する意識を高めるための活動を続けていきます。

本社検査項目別所見率（%）

	2006年度		2007年度	
検査項目	有所見率	全国有所見率	有所見率	全国有所見率
肥満度（BMI）	13.2	11.7	10.8	11.9
血圧	5.4	5.3	4.5	4.8
脂質	8.7	15.1	12.7	14.9
糖代謝	4.8	6.4	7	6.9
尿酸	8.2	6.4	8	6.7
肝・胆・膵	8.5	10	7.1	10.2
貧血	3.8	3.7	2.3	3.6

全国有所見率：（財）兵庫県予防医学協会の前年度のもので、延べ14万人のデータから算出

安心・安全な職場のために

AEDの設置促進と市民救命士講習会の実施

同僚やお客様が突然倒れた時、救急車が到着するまでの数分間の対応が、時に生死を分けます。心臓突然死の7～8割は、心室細動と呼ばれる致死性不整脈が原因であるとされていますが、AED（自動体外式除細動器）によって心臓に所定の電気を流し、その細動を取り除くことができます。

アシックスでは、AEDを本社に加えて東西の拠点である関東支社、関西支社に新たに設置し、さらに、使用方法の周知を図り、社員対象に市民救命士講習会も開催しています。

2007年度は5月に本社社屋で40人を対象（2006年度は24人）に実施。社員からは、「実際に体験して更に知識が深まった」、「配偶者にも対象を広げてほしい」、「地元で子ども向けのスポーツ指導をしているので有用だ」との声が寄せられました。

2008年度には、本社での講習会を2回に増やすほか、他事業所へのAED設置と講習会の開催を進めていく予定です。

担当者の声

人事総務部　健康推進室　森田　学美

健康を提供する会社の社員が自身の健康維持も考える、そのお手伝いをしたいと思っています。

健康推進室※では、組織全体としての健康レベルの向上だけではなく、その人個々に対してのケアの充実ができればと考えています。

2008年を「アシックス健康元年」とする意気込みで、地方の事業所にも活動を広げていきたいと思います。

※2008年4月に健康管理室から改称

（上）市民救命士講習会
（左）AED設置の表示（本社玄関）

当社のCSR経営を振り返る

「ものづくりを通じての社会貢献」は当社の「DNA」です

代表取締役会長　和田 清美

●アシックスには生きた創業哲学があります

アシックスには、創業者の故鬼塚喜八郎が打ち立てた「健全な身体に健全な精神があれかし」という創業哲学があります。創業以来約60年、アシックスの歴史を紹介する時に、この創業哲学の言葉を抜きに語ることはできません。

なぜならアシックスの歴史は決して順風満帆であったわけではなく、これまでに荒波のような苦境に幾度も遭遇してきました。そんな時、迷うことなく切り抜けることができたのも、この創業哲学があったからこそです。

故鬼塚喜八郎

●「社会の役に立つものづくりを」が口癖でした

私は営業の出身です。ですから、周りにあるアシックスのシューズを一足取って話をしろと言われれば、一時間でも話すことができます。なぜかと言えば、それぞれの靴にそれだけ長く語れるだけの物語があるからです。アシックスの製品は創業以来そうやって生み出されてきました。

アシックスは長い歴史の中で、大きな改革・変革を経験してきました。特に1977年の三社合併に関しては、当時まだ若手だった私などは「なぜ合併なのか」と疑問に思っていたものですが、鬼塚には「シューズだけでは戦えない」という思いがあったのです。合併を経て総合スポーツ用品メーカーとなり、その思いは実現されました。しかし、年月の経過とともにそのことは我々にとって大きな呪縛にもなっていきました。

総合化を急ぐあまり、自分自身の手でシューズ、ウエア、用具を企画、開発、生産すべきメーカーでありながら、その基本を離れたことにまで手を広げてしまったのです。私は当初「アシックスというブランドはすごい」と思いましたが、しばらく経つうちに、単にブランドをつけて市場へ押し込んだだけで、肝心のユーザーの支持がないことに気付き始めました。安易な総合化に走っていたのです。

鬼塚が創業以来大切にしてきたのは、「ものづくりを通じての世間へのお役立ち」という気持ちです。これは終始変わりません。まず、スポーツをする方へのお役立ちが基本にありました。そこで培った技術を横へ広げて、一般のユーザーの方にも支持されるものづくりがアシックスの根幹になくてはならないということを一貫して我々は教え込まれてきました。

営業力で商品を押し込むことは可能です。しかし一時的に売上高は増えても、結局は返品が増える。そういうことの繰り返しで、「これではいけない。鬼塚の原点にもう一回戻ろう」と改革に乗り出し、シューズとウエアと用具の3本に絞って、アシックス本来のものづくりの思想が伝わる商品で勝負することにしました。「選択と集中」によって、本当に自らがメーカーとして商品を作っている事業だけに取り組み、体質改善を図る第一弾の中期経営計画「アシックス・レボリューション・プラン」です。しかし「選択と集中」で利益を生む体質にはできましたが、当然売上高は減少しました。そのために気持ちが後ろ向きになって、マイナス思考に陥ってしまったこともあります。創業哲学を唱えるのは簡単ですが、実践するのは難しいのです。

そこで打ち出したのが現在も取り組んでいる第二弾の中期経営計画「アシックス・チャレンジ・プラン（ACP）」です。自らの強みを生かして攻めていこうというものです。海外でもアシックスの強みを生かす商品に集中して、単なる「総合化」からの転換を図っています。我々が一番強いのは、やはりランニングやマラソンを核にしたシューズ事業です。そこに特化して一気に花開くことができました。

●グローバル展開の根本は「鬼塚のDNA」です

「鬼塚のDNAの伝道者となります」と熱く語る和田清美

鬼塚がグローバル化を目指したのは、「世界へ」という夢があったからです。会社がまだまだひよこのような規模の段階でも、オリンピックには必ず行っていました。そんな中で思いを伝えていく。直接トップアスリートに問うていく。その直接のやり取りの中に、ものづくりの新しい流れが生まれていったというわけです。グローバル展開をしていく上で重要なのは、我々がステークホルダーの皆様から信頼を受けるということです。企業の社会的責任から言えば、我々の哲学や理念をしっかり理解していただいた上で販売していくというのが本来の姿です。それがステークホルダーの皆様にアシックスという企業を評価していただく源だと思っています。

企業のグローバル化に当たって何かと課題になるのが、国内外での考え方の違いでしょう。しかし、アシックスの場合、海外のグループ会社の社員にも創業哲学は浸透しています。いったん理解すると、すぐに取り入れてくれました。

実は昨年、創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」の英語版である「sound mind, sound body（サウンドマインド・サウンドボディ）」を新しい企業スローガンに据えました。

このスローガンは国内外のアシックスグループのマーケティング担当者からなるプロジェクトチームが提案してきたものです。海外の販売会社の社員にまで、メーカーであるアシックスの創業哲学が思っていた以上に浸透していたことになります。

「総合化」の呪縛を脱却し、「強みで戦おう」、「我々の勝てる商品を市場に出そう」、「自信を持ってユーザーに薦められる商品で攻めよう」という流れに本社と海外グループ会社が一緒に乗ることができました。

この経験から言えることは、ものづくりを通じて社会貢献をしていくという「DNA」が息づいている限りは、会社として間違うようなことはないということです。また、海外グループ社員とともに考えた言葉をグループ共通のスローガンとするというのもアシックスならではの社風と言えるでしょう。日本の本社で決めたことを押し付けるのではなく、「一緒にやろう」という姿勢で臨まなければグローバル企業として成功しないと思います。

●「鬼塚のDNA」には二つの要素があります

「鬼塚のDNA」という言葉を最初に使ったのは私です。以前「鬼塚イズム」と言っていたのをイズムよりももっと幅が広く、後世に伝えていく大切なものとして変更しました。

「鬼塚のDNA」には二つの大切な要素があります。まず一つは、ものづくりにかける我々の姿勢です。ものづくりを通じて社会貢献をしていく。その原点を忘れないことが肝心で、謙虚に社会貢献を考えてものづくりをしていけば会社は大丈夫だと我々は考えています。

「鬼塚のDNA」でもう一つ大切なのは、コミュニケーションです。従業員、サプライヤーの皆様、代理店の方々、外国の方々、様々な立場のステークホルダーの皆様とコミュニケーションを図ることの大切さを後継の人たちに伝えなくてはなりません。私も、社長になって約3年は、海外のグループ会社を含めほとんどの事業所と工場を回りました。広く声を聞き、それを会社のものづくりに生かしていく。それこそが鬼塚の目指したことです。いろいろなご意見に耳を傾ける。それはこの会社を支えてきた根本だと思います。

●「鬼塚のDNA」の伝道者となる決意です

社長として就任していた7年間、改革・変革を貫いてきましたが、合併後十数年の成功体験を引きずって、まだまだ変わりきれていない従業員も中にはおり、改革の難しさを痛感しています。

そこで私は、将来への展望を開く礎として、「鬼塚のDNA」の伝道者になると決意しました。それこそが会長たる私に託された使命だと思っています。

＊

アシックスという会社は基本的にはものづくりが中心の会社です。地味で不器用な会社で、アピールも上手ではありません。ですから、会社の理念、経営者の思い、事業の流れ、方向性などをこのCSRレポートを通して、できるだけ広く皆様に知っていただきたいと思います。アシックスがどんな会社か、何をしようとしている会社なのかを皆様にご理解いただければ幸いです。

事業概要

世界市場での事業拡大を目指し、製品力・販売力を強化しています

当社グループは、全社戦略「アシックス・チャレンジ・プラン」を遂行しており、
ランニング事業の強化・拡大を核として、世界市場で事業を拡大しています。

経営・財務指標

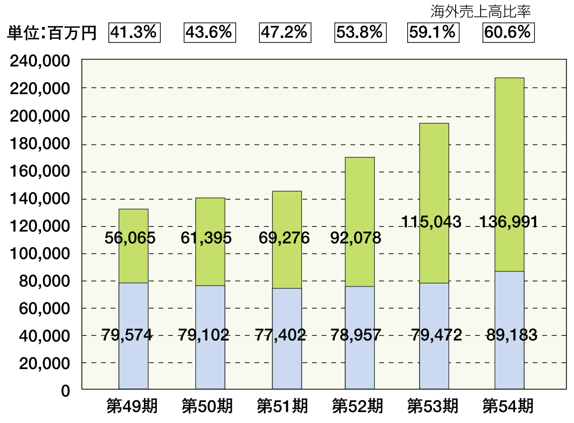
スポーツ用品業界につきましては、健康志向によるウオーキング分野、フィットネス分野等スポーツへの関心の高まりが見られ、おおむね堅調に推移しました。

このような情勢のもと、当社グループは、引き続きグローバルレベルでのランニング事業を強化・拡大するために、「GEL-NIMBUS 9」、「GEL-KINSEI 2」を始めとする高機能ランニングシューズの世界市場投入や女性向けアイテムの拡充を図りました。

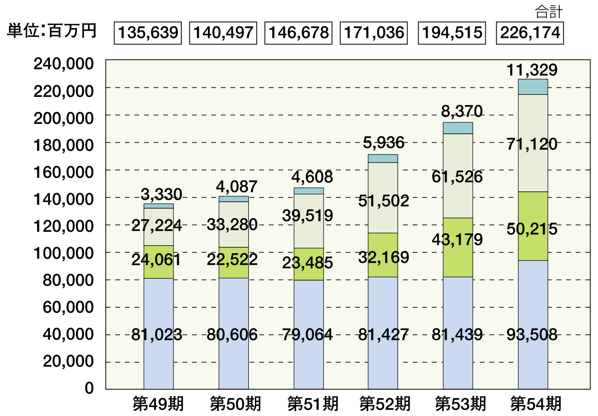
マーケティング活動の一環としては、「ニューヨークシティマラソン」、「東京マラソン2008」、「ゴールドコーストマラソン」、「ハンブルグマラソン」、「ムンバイマラソン」など各国のマラソン大会のオフィシャルスポンサーとして、参加ランナーへの情報・サービスの提供を行うとともに、当社基幹ブランド「アシックス」を世界統一のビジュアルで展開することとし、第一弾として、「sound mind,sound body（サウンドマインド・サウンドボディ）」という当社の企業スローガンを採用するなど、アシックスブランドの統一したイメージの創出に努めました。

海外では韓国・ポーランド、国内では北関東・中四国エリアを担当する販売子会社を設立するなど、販売体制の強化・合理化に努めました。

国内海外売上高推移



所在地別売上高推移

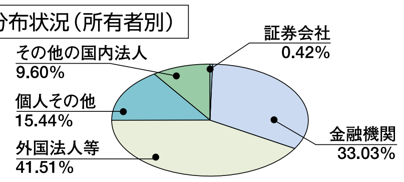


※各所在地の売上高は、百万円未満の端数を切り捨てて表示しています

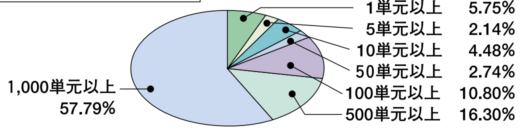
株式状況　（2008年3月現在）

発行可能株式総数	790,000,000株
発行済株式の総数	199,962,991株
株主数	13,150人（前期末比1,124人減）

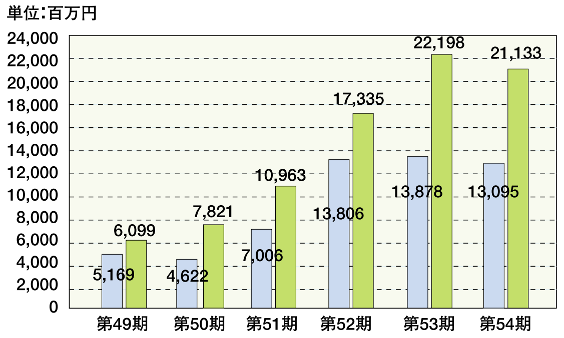
分布状況（所有者別）



分布状況（所有数別）　1単元＝1,000株



利益推移



詳しい財務情報は、当社ホームページの「投資家情報ページ」をご覧下さい。
http://www.asics.co.jp/

編集後記

アシックスCSRレポートは、おかげさまで4号の発行となりました。

今回は当レポートの対象期間中の2007年9月に創業者の鬼塚喜八郎が死去したこともあり、「創業の哲学」及び我々に引き継がれてきた「DNA（＝ものづくりを通しての社会貢献）」を振り返りながら、「メーカーであるアシックスとしてのCSRとは何か」ということをご紹介しました。

また、記事中にもあるように「コミュニケーション」はアシックスにとって大切な要素です。それぞれの記事内容に関係した社員の「生の声」をできるだけ紹介し、我々の思いが伝わるよう努めました。

当レポートをお読みいただき、皆様の「声」をお寄せいただけますと幸いです。

株式会社アシックス
取締役・管理統括部長
河合 茂之

2008年版の編集方針

今号の編集は、「アシックスのCSRとは?」と自らに問い直すところから始まりました。企業市民として存在するために必須のCSR課題に加え、スポーツ用品メーカーであるアシックスならではのCSR課題もあるはずです。紙面ではトップコミットメントを含め、その姿勢が表現できるよう心掛けました。

また、多くのページで、記事本文だけではなく社員の声の欄を使って内容を説明するように努めました。更に、取り組んでいる項目の列挙に終わることなく、2007年度の結果と今後への方針や思いを記述するよう心掛けました。これは、皆様のお声を参考に改善に努めた結果です。

昨年発行のアシックスCSRレポート2007の同封アンケートでは49人の方から回答をいただきました。「『思い』が分かって良かった」、「生の声を引き続き聞きたい」など、「コミュニケーション」をテーマに「思い」をお伝えしようとした編集姿勢を評価していただきました。

その一方で、「文字が多くて読みづらい」、「各項目がどう履行され、どういう成果があったのか次号で報告すべきだ」などのご指摘も受けました。

今号は、そういった皆様のお声を参考にしながら私たちの思いを表現したものです。

今後もより良い活動、より分かりやすいレポートにしたく考えておりますので、このレポートを読まれてのお声を楽しみにお待ちしております。

株式会社アシックス
法務部CSR推進チーム一同

CSRレポート2007のアンケート結果

Q1.レポートを読んでどう感じられましたか。

内容について	人
大変わかりやすい	13
わかりやすい	25
少しわかりにくい	9
わかりにくい	0

アシックスのCSR活動について	人
かなり評価できる	13
評価できる	27
普通	6
あまり評価できない	0
評価できない	0

Q2.どのコーナーに興味を持たれましたか。

	人		人
トップコミットメント	9	座談会:環境配慮型商品だけでなく情報も	6
座談会:企業として社会に何をすべきか	23		
アシックスの理念	5	環境保全:企業姿勢	6
座談会:製品の安全性を考える	14	環境保全:環境に配慮した商品	16
安全品質と顧客満足	13	環境保全:取り組み	12
コーポレート・ガバナンス	7	社会貢献	13
個人情報管理	2	従業員満足	11
座談会:人権・労働問題	10	私たちのおもい	11
サプライチェーン管理	6	NEXT STAGEへ	4

（選択式項目への有効回答数）